

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA

Kultuurhariduse osakond

Kultuurikorralduse õppekava

**Kätlin Sumberg**

**TEATER NO99 PROJEKT HOOANDJAS LAVASTUSE VÄLJA  
TOOMISEKS**

**Lõputöö**

Juhendaja: Jana Karilaid, kultuurikorralduse lektor, MA

Kaitsmisele lubatud:.....

Viljandi 2013

## SISUKORD

SISSEJUHATUS.....	4
1. ÜLEVAADE ORGANISATSIOONIST.....	6
1.1. Algus ja ajalugu.....	6
1.2. Organisatsiooni tutvustus.....	7
1.2.1. Juriidiline staatus, struktuur ja juhtimine.....	7
1.2.2. Üldtutvustus ja kunstilised näitajad.....	8
1.3. Rahastamine.....	11
1.4. Sihtgrupp ja teatrikülastaja profiil.....	13
1.5. Positsioneerimine ja konkurents.....	14
1.6. Turunduskommunikatsioon ja toetajad.....	14
2. HOOANDJA PROJEKT UUE LAVASTUSE VÄLJA TOOMISEKS.....	17
2.1. Kultuurisituatsioon Eestis.....	17
2.2. Annetused tänases Eestis.....	18
2.2.1. Hooandja ühisrahastusplatvorm.....	20
2.3. Lavastus „Iga eht südamelöök“.....	20
2.3.1. Idee.....	20
2.3.2. Repertuaariplaan 2013. aastal.....	21
2.3.3. Eelarve.....	21
2.4. Hooandja projekti tutvustus.....	22
2.5. Ajakava ja riskijuhtimine.....	24
2.6. Meeskond ja rollijaotus.....	25
2.7. Sihtgrupp ja sidusgrupid.....	27
2.8. Eelarve.....	28
2.9. Turundustegevus.....	29
2.9.1. Visuaalne lahendus.....	30
2.9.2 Turunduskommunikatsioon.....	30
2.9.3. Hooandja pidu.....	33

2.10. Meediakajastus.....	34
2.11. Sotsiaalne ja majanduslik mõju.....	35
3. ENESEREFLEKSIOON.....	39
KOKKUVÕTE.....	42
KASUTATUD KIRJANDUS.....	44
LISAD.....	47
LISA 1 Teater NO99 eesmärgid aastateks 2014-2017.....	47
LISA 2 Lavastuse fotosid.....	49
LISA 3 Lavastuse plakat.....	51
LISA 4 Kingituste valik annetajatele.....	52
LISA 5 Projekti ajakava.....	53
LISA 6 Kodulehe introlehe pilt.....	54
LISA 7 Kirjad ja peokutse mailinglistile.....	55
LISA 8 Pressiteade.....	58
LISA 9 Hooandja peo kui NO99 aktsiooni „NO59,5: Koos“ koduleht.....	59
LISA 10 Hooandja peo fotosid.....	60
LISA 11 Toetuste summad Hooandjas päevade kaupa.....	62
SUMMARY.....	63

## SISSEJUHATUS

Minu loov-praktiliseks tööks on Teatri NO99 ettevõtmine Hooandjas lavastuse välja toomiseks, eritähelpanuga turundustegevustel, mis andis projekti raami. Hooandja platvormi kaudu soovis teater raha koguda lavastuse „Iga eht südamelöök“ prooviperioodiks, et anda trupile-autoritele eriline võimalus kogeda lavastuse tõukematerjali – Juhan Liivi luule – sügavust ja kehtivust tänapäeval maailmas, viibides üksinduses maailma äärealadel piisavalt pika aja vältel.

Lõputöö eesmärgiks on kirjeldada ja analüüsida Teater NO99 projekti teostumist Hooandjas.

Teater NO99 on tegutsenud kaheksa aastat. Teatril on 2012./2013. hooajal 7-liikmeline püsitrupp; teater annab aastas üle 200 etenduse ja toob ühes hooajas välja ligikaudu seitse uuslavastust. NO99-l on ligikaudu 40 000 teatrikülastust aastas, mis on teatri jaoks üsna maksimumi lähedal arvestades teatrisaali, trupi ja muu inimressursi võimaluste piire.

Laiema avalikkuse jaoks on Teater NO99 tuntud kui poliitiliste ja sotsiaalselt tundlike lavastuste ja aktsioonide väljatooja ning nende kaudu ka avalikkuses poliitilist diskussiooni avav teater. Sõltumata sellise tähelepanu kasust teatri tuntusele ja huvile teatri vastu, tajuvad NO99 loovjuhid mõningast survet ja ootust taoliste lavastuste välja toomiseks ja seetõttu vaadatakse ettepoole eesmärgiga keskenduda endiselt (sotsiaalsetele) valupunktidele, mis teatrit kõnetavad, kuid teha seda rõhutatult poeetilisemalt, et hägustada poliitilise teatri kuvandit, mis pole kunagi olnud NO99 eesmärgiks omaette.

NO99 Hooandja projektis olin administratiivselt peakorraldaja. See hõlmas projekti koordineerimist ja kokkulepete sõlmimist Hooandja platvormi organisatsiooniga, projekti välja kuulutamist, loovjuhtidelt vajalike materjalide tellimist ja koordineerimist, turundustegevuste planeerimist ja projekti ühe olulise turundusmeetme – hooandjate kohtumispeo – korraldamist.

Projekti valisin lõputööks eelkõige selle erakordsuse tõttu vaatenurgast, et kultuurisündmuse korraldamine ühisrahastuse kaudu ei ole minu tänase teadmise järgi lõputööde kirjutamises veel rakendust leidnud. Teiseks põhjuseks on selle projekti ainukordsus minu enda ja NO99 jaoks. Kuivõrd võiks see olla kasulik õppematerjal minule kultuurikorraldajana ja teatrile eksperimendi vaates. Kasu võiks sellest leida ka teised lõputööde lugejad oma ideedele teostust ja rahastust otsides.

Minu lõputöö koosneb kolmest üksteist toetavast peatükist.

Töö esimene peatükk annab ülevaate Teatrist NO99 kui organisatsioonist, analüüsides teatri ajalugu, missiooni, visiooni, väärtuseid, struktuuri, sihtgruppe, rahastust, turundustegevust.

Teine peatükk käsitleb kõigepealt kultuurisituatsiooni ja annetuste olukorda Eestis ning peamise fookusena lõputöö teemaks olevat projekti, analüüsides eraldi selle kõiki olulisi komponente.

Kolmandas peatükis kirjeldan põgusalt eneserefleksiooni kaudu, kuidas oma rollis end saadud kogemuste ning läbitud kitsaskohtade ja kordaminekute skaalal tundsin.

## **1. ÜLEVAADE ORGANISATSIOONIST**

Käesolevas peatükis tutvustan alapeatükkide kaupa Teater NO99 ajalugu, organisatsioonilisi näitajaid, missiooni, visiooni, väärtuseid, struktuuri, juhtimismudelit, konkurentsituatsiooni, rahastusmudelit ning turundusvaldkonda.

### **1.1. Algus ja ajalugu**

Teater NO99 asutati 2004. aastal Teater Vanalinnastuudio õigusjärglasena. Kui Vanalinnastuudio direktori kohale kuulutati, pärast ebaõnnestunud katseid teater majanduslikult jalule aidata, uus konkurss, võitis ministri määrusega selle Tiit Ojasoo oma kandidatuuri ja plaaniga luua sotsiaalse suunitlusega teater. Otsusele andis heakskiidu ka Vanalinna stuudio asutaja Eino Baskin. (Laasik 2004) Majanduslast nõu lubas anda ja Ojasoo partnerina appi tulla Indrek Saar, kes on tänaseni Teater NO99 loomenõukogu ja nõukogu liige.

Esimene etendus “Vahel on tunne, et elu saab otsa ja armastust polnudki” anti avalikkusele Ojasoo uue teatriga 2005. aastal. Loomingulised juhid on alates teatri algusest olnud Tiit Ojasoo ja Ene-Liis Semper. Ojasoo ja Semper on koos lavastanud viimased kaheksa aastat. Selle aja jooksul on nad välja toonud 20 lavastust. Nad on ka teatri ainsad koosseisulised lavastajad. Neid on korduvalt premeeritud Eesti parima lavastaja, parima lavastuse ja parima lavakujundaja auhindadega. (Teater NO99 koduleht 2013)

Kaheksa aasta jooksul on Teatris NO99 esietendunud 45 lavastust, seitse neist koostöös Muusika- ja Teatriakadeemia Lavakunstikooliga. Lisaks on lavale jõudnud 17 ühekordset aktsiooni ja 2011. aastal oli avatud NO99 Põhuteater. Viimasel viiel aastal on antud rahvusvahelistel festivalidel keskmiselt 14 etendust aastas. (Teater NO99 strateegia... 2013)

Teatritrupp on olnud kuni 12-liikmeline, sinna on lisaks tänasele püsikoosseisule kuulunud näitlejaid, kes pärast teatrist lahkumist on hakanud vabakutselisteks ning üks näitleja (Andres Mähar) on liikunud kodukoha tõttu Vanemuise teatrisse Tartus.

## **1.2. Organisatsiooni tutvustus**

### **1.2.1. Juriidiline staatus, struktuur ja juhtimine**

Teater NO99 tegutses kuni 2012. aasta lõpuni riikliku etendusasutusena, juriidilise nimega Teater Vanalinnastuudio. 2013. aasta jaanuarist on Teater NO99-l uus juriidiline vorm ja nimi SA Teater NO99, mis on Teater Vanalinnastuudio õigusjärglane.

NO99s oli 2012. aasta seisuga 50 koosseisulist ametikohta, millest oli täitmata neli näitleja ja üks projektijuhi ametikoht. 2014. aastal on hädavajalik täita neli hetkel täitmata näitleja ametikohta ja lisada struktuuri ja täita veel üks näitleja ametikoht. Hetkel täitmata projektijuhi ametikoht on kavas struktuurist välja arvata. (Teater NO99 strateegia... 2013)

Teatri struktuur jaguneb sisuliselt kolmeks valdkonnaks – loominguline, tehniline ja administratiivne. Loomingulisse meeskonda, mida juhib teatri direktor-loominguline juht, kuuluvad trupp, kunstilised juhid, kaks dramaturgi ja kujundaja. Tehniline valdkond, mida juhib tehniline direktor, hõlmab suurimat osa töötajatest – inspitsiendid, kostümeerijad, õmblejad, grimeerijad, lavameistrid, heliinsenerid, valgusinsenerid ning videoinsener. Administratiivsesse üksusse kuuluvad tegevjuht, peaproductsent, korraldusjuht-personalijuht, turundus- ja kommunikatsioonijuht, müügijuht, haldusjuht, büroojuht, pearaamatupidaja ja arvestaja. Teatrit juhib direktor-loominguline juht Tiit Ojasoo, teatri teine loominguline juht on Ene-Liis Semper. Teatri tegevjuht on Katre Kasmel. Teatri üks olulisi ideolooge, keda pean tähtsaks eraldi välja tuua, on dramaturg Eero Epner. Nii on NO99s kujunenud maatriksjuhtimise laadne skeem, kus töötajal on nii administratiivne kui funktsionaalne juht, sest tundub, et nii toimib organisatsioon kõige tõhusamalt. Organisatsiooni struktuuri peaesmärk on luua tõhus tööjaotus (Alas 2008).

NO99s on rollid ja tööülesannete piirid kindlalt fikseeritud, iga töötaja vastutab oma valdkonna eest. Samas ei tähenda kindlalt fikseeritud rollijaotus paindumatut ja hierarhilist struktuuri. Näiteks toimub kord nädalas teatris üldkoosolek, kus osalevad kõik töötajad ning kus ühiselt

arutatakse kõiki aktuaalseid teatri küsimusi ja tegevusplaane. Lisaks sisulisele panusele annab see ka kaasatuse tunde kõikides teatri ühistes otsustes.

Kunstiliste otsuste ja repertuaariplaani eest vastutavad kunstilised juhid koostöös dramaturgidega. Enne lõppotsuseid arutatakse need läbi tegevjuhi, peaproductsendi, korraldusjuhi ning turundus- ja kommunikatsioonijuhiga, et leida optimaalseim viis, millal ja mis kujul soovitud repertuaar tegevusplaaniks rakendada. Teatri juures tegutseb kunstiliste nägemuste ja eesmärkide kooskõlastamiseks ka teatri kunstiliste juhtide poolt ellu kutsutud loomenõukogu. Loomenõukokku valitud liikmed jagavad teatriga ühiseid arusaamu ja põhimõtteid.

Teatri juhtimise üle teostab järelvalvet sihtasutuse nõukogu, mille esimees on Tõnis Arro.

NO99s toimib mitteametliku instantsina teatris mittetöötavatest inimestest Sõpradeklubi. Sõpradeklubi tekkis liikmete eneste initsiatiivil 2011. aastal. Eesmärk on toetada oma teadmiste, kogemuste, usu ja võimalusel ka rahaliste vahenditega NO99 ettevõtmisi. Sinna kuulub kaheksa NO99-meelset Eesti arvamusliidrit ja nende tahe on aidata tänasel keerulisel kultuurimaastikul elus püsida ja oma jõuliseid ideid ellu viia, mida laiemalt võib tõlgendada ka kui eesmärki toetada NO99-suguse energiaga organisatsioone.

### 1.2.2. Üldtutvustus ja kunstilised näitajad

Teater NO99 on Eesti ning Euroopa teatri- ja kultuurimaastikul omandanud tuntuse, mida seostatakse teatud esteetilise käekirjaga. Ehkki kunstilised väljakutsed on tihti osutunud väljakutseteks ka finantsiliselt, on teater tõhusate pingutuste ja õnnestunud valikute, aga ka mitmekülgse toega suutnud valmistada rõõmu endale ja teistele. Teater NO99 lavastusi on aastaid kutsutud rahvusvahelistele teatrfestivalidele ning külalisetendustele, mille käigus on mängitud ja pälvitud tunnustust paljudes Euroopa riikides, olles nii Eesti teatri ja kultuuri visiitkaart maailmas. Rahvusvahelistes koostöödes on jõutud algataja ja juhtija staatusesse.

Eestis on NO99 lavastustega korduvalt kaasnenud avalik arutelu lavastustes käsitletavate teemade üle. Oma tegevuse ja loomemeetodiga on Teater NO99 saavutanud lavastuste teemadele ja sõnumile oluliselt suurema kontaktide hulga kui seda on küllastajate arv väljamüüdnud saalis, mistõttu vahel võib keskmiseks mõjufaktoriks hinnata ühe küllastaja kohta 10 kontakti. Lisaks teatrilavastustele on suudetud professionaalselt produtseerida ka



arhitektuuri-, kujutava kunsti-, kirjandus-, filmi-, muusika ja teiste valdkondade projekte. (Teater NO99 strateegia... 2013)

Ojasoo teatrikeel on kujundites jõuline ja originaalne ning lavastused on kirkalt visuaalsed (Epner, Läänesaar ja Saro 2006, lk 179). NO teater on Eesti mõttes teatri vihane rahvas, nii nagu mujal maailmas seda tehakse (Mikomägi 2012). Nende omanäoline teatrikeel ja interkultuuriline looming võõristust ei tekita, kuna Teater NO99 kuvand juba vaikimisi eeldab uuenduslikkust (Interaktsioonid. Eesti teater... 2010, lk 142). Tiit Ojasoo ise nimetab teatri kunstilist suunitlust selliselt, et NO99 tahab teha teatrit, mis on emotsionaalne - narratiivil põhinev lavastus on korduv ja igav, oluline on tuua lavale puhtad emotsioonid, nagu teeks igat etendust kui viimast. Sotsiaalseosega turunduse brändiloomes on tasandid arenenud kolme põhivooluna – ratsionaalne, emotsionaalne ja vaimne (Thompson & Pringle 2003, lk 86-87). Kõrvutades seda teatritega, on NO99 identiteet emotsiooni tasandis. Brändi omamine teeb müümise lihtsamaks – inimesed tahavad osta asja, mida nad teavad ja mis neile meeldib, oluline on siinjuures usaldus. Bränd aitab kasutada efektiivsemalt ka eelarvet. (Kuusik, Virk, Aarna, Sepp, Seppo, Mehine, Prinshthal 2010, lk193)

Teatri püsitrupis on seitse näitlejat. Teatris on kaks statsionaarset saali – *black-box* tüüpi Teatrisaal 196 istekohaga ja Kammersaal 120 istekohaga. Lisaks on kasutatud etendusteks Põhuteatrit, Saku Suurhalli, Nokia Kontserdimaja ja Salme Kultuurikeskuse teatrisaali. (Eesti teatristatistika 2011 2012, lk 7).

2012. aastal andis Teater NO99 182 etendust, neist 126 statsionaarsetes teatrisaalides ning 38 välismaal ja festivalidel. Neid etendusi külastas 40 617 inimest, neist oma teatrimajas 26 293 inimest. Lisaks anti kaks etendust Tartus (Draama festivali raames), kus neid külastas kokku 380 inimest. Välismaal esines teater viiel festivalil – Austrias, Šveitsis, Saksamaal, Inglismaal ja Venemaal. Repertuaari 17-st lavastusest kuus olid uuslavastused, lisaks kolm ühekordset aktsiooni. (Teater NO99 etendustuluaruanne 2013)

Teatrit NO99 poliitilise ja sotsiaalse teatri kuvandit ilmestavad Eesti Teatri Aastauhindadel parima lavastuse tiitli pälvinud poliitilist suukogu simuleeriv “Ühtne Eesti Suukogu” 2010. aastal, suurlavastus “The Rise and Fall of Estonia” 2011. aastal ning 2013. aastal eripreemia pälvinud dramaturg Eero Epner, kes määrati laureaadiks muuhulgas dramaturgilise panuse eest lavastustesse „Esimene lugemine: Reformierakonna koosolek“ ja “The Rise and Fall of Estonia”.

### 1.2.3. Teater NO99 missioon, visioon ja väärtused

Edukate brändide näite põhjal on üheks tunnuseks organisatsiooni selge visioon ehk tema tõekspidamiste süsteem ja selle jõud. See tähendab, et organisatsiooni kõik liikmed on teadlikud ja motiveeritud sellest juhinduma. Selline hoiak suudab organisatsiooni missiooni, eesmärgid või igapäevase kommunikatsiooni selgel sihil hoida. (Kolb 2005, lk 110-113) Näiteks on siinkohal ettevõtte missioon, mille loomisse suures koguses aega panustatakse, aga tulemus jääb tihti vaid loosungilise kõlaga, millest igapäevases tegevuses juhinduda ei osata. Missioonid on üldsõnalised, pikad, ohutud ega võta riske ning on kirjutatud korporatiivses turunduskeeles (*Ibid*, lk 117). Kire puudumine aga nii olulises, nagu seda on eksisteerimise mõte, kaotab praktilise suuna ja tahte selle järgi käituda. NO99 missioon ja visioon on loodud kogu organisatsiooni osavõtul, et kõik liikmed sellesse usuksid ja seda mõtet kannaksid. Need on koos teatri strateegiliste eesmärkidega (vt Lisa 1) mõeldud ja sõnastatud alles 2013. aasta alguses, seega ei saa veel nende head kõlapinda kinnitada (viitan visiooni pisut keerulisele sõnastusele), küll on töötajad lõppvormile oma heakskiidu andnud. Samas kätkeb missioon endas suurt väljakutset ja julgust.

Teater NO99 missiooniks on erinevate ühiskonnakihtide sidumine läbi hoolikalt valitud teemade ja kunstiliste vahendite ning uue Eesti keskklassi kasvatamine. Keskklassiks loeme igal pool Euroopas järjest enam pead tõstvat aktiivset kodanikkonda, mis on saanud keskklassiks läbi hariduse ning ühiskondliku teadlikkuse.

#### Visioon:

Läbi dialoogi ja emotsionaalsete-loominguliste vahendite kasvatab Teater NO99 Eesti aktiivset kodanikkonda ja globaalse refleksioonihorisondiga haritlaskodanlust ning saab nende peamiseks kunstiliseks suhtluspartneriks. Aktiivne kodanikkond on riigile oluline kui ühiskonda stabiliseeriv kiht, mille silmaringist, empaatiavõimest, haritustasemest ja arengust sõltub kogu ühiskonna väliste ja sisemiste impulsside vastuvõtmise, töötlemise ning ühisosa moodustamise võime.

NO99 muutub veelgi enam kaubamärgiks, mis tähistab ühiskonda kõnetavat, rahvusvahelist, nüüdisaegset ja kunstiliselt mitmekülgset ning kõrgetasemelist loomingulist platvormi.

Väärtused:

Kompromissitus – ühtegi lavastust ei looda muudel eesmärkidel kui kunstilistel.

Paindlikkus – vahetu reageerimine kunstiliste vahenditega ühiskondlikele protsessidele; reageerimiseks vajalik organisatoorne võimekus.

Kommunikatiivsus – võrdselt olulised on nii kodumaine publik kui adekvaatne rahvusvaheline kõlapind.

Vastutustunne – teater rõhutab kunstniku ühiskondlikku vastutust, teater vastutab iga oma lavastuse eest.

Kollegiaalsus ja koostöö – teater väärtustab kõrgelt iga töötaja panust ja rõhutab järjepidevalt, et vaid inimesi hinnates on võimalik oodata neilt vastutustundlikkust. Sellisena on NO99 olnud ka mitmele Lavakunstikooli lennule omamoodi musterteater, mille järgi oma eetilisi tõekspidamisi seada.

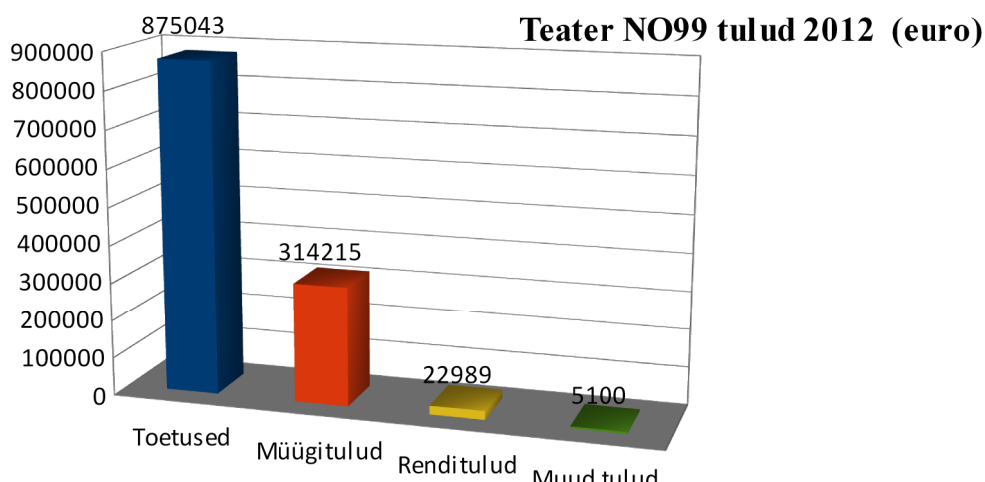
Haavatavus – olla tundlik, olla avali.

### **1.3. Rahastamine**

Teatri rahastusest ülevaate andmiseks toon allolevalt välja NO99 tulud 2012. aastal. Need on toodud kokkuvõtlikult välja joonisel 1 ning protsentuaalse jaotusena joonisel 2. Eelarvet olen analüüsinud Teater NO99 2012. aasta majandusaruande põhjal.

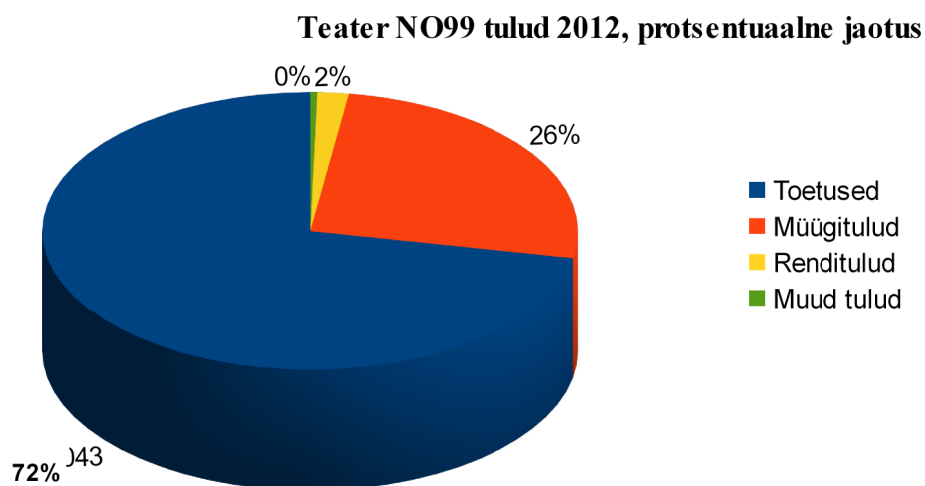
Teater NO99 tulud 2012. aastal olid kokku 1 217 437 eurot. Suurima tuluallika moodustasid toetused (875 043 eurot), mis hõlmasid nii Kultuuriministeeriumi määratud toetuseid kui taotletud toetusi Kultuurkapitalist ja muudest fondidest ning tulusid festivalidelt. Järgmise suurusega tulukomponent on müügitulud (314 215 eurot). See hõlmab piletitulu, teatri trükiste, kavade ja NO99 Jazzklubis toimuvate ürituse piletitulu. Enamuse kulugrupist hõlmab piletimüügitulu etendustele ja erinevatele aktsioonidele (297 465 eurot). Kolmas ja neljas tulugrupp on oluliselt väiksemad - need on renditulud (22 989 eurot) ja muud tulud (5 100 euot).

Joonis 1 Teater NO99 tulud 2012. aastal (Allikas: Teater NO99 2012. aasta majandusaruanne)



Protsentuaalselt üleval välja toodud tulude jaotumist on näha järgneval joonisel 2. Sellelt on näha, et 72% kogutuludest moodustasid toetused, suisa veerandi tuludest moodustavad müügitulud, ülejäänud 2% jaotub muudele tuludele.

Joonis 2 Teater NO99 tulude protsentuaalne jaotus 2012. aastal (Allikas: Teater NO99 2012. aasta majandusaruanne)



Teatri NO99 kulud 2012. aastal olid kokku 1 204 598 eurot. See tähendab, et eelarve jäi 2012. aastal 12 749 euroga plussi, selle võrra oli tulused teatril rohkem. Seda peab teater oluliseks saavutuseks, kuna 2012. aasta algul kinnitati Kultuuriministeeriumis eelarve miinus 32 650 euroga. Enamus tulusid teenis NO99 suurema piletimüügiga, erakorraliste aktsioonide korraldamisest saadud piletituluga ja teatrist väljaspool asuvates suuremates ja suuremat piletitulu võimaldavates saalides korraldatud etendustega.

Ka 2013. aastaks on teatril pingutus suurendamiseks piletitulu korraldades suuremates saalides etendusi, mis võimaldab rohkem publikut ja suuremat tulu teenida. Olulised on ka kutsed välisfestivalidele ja etendused välismaal, mis annavad võimaluse suuremat tulu teenida kui vaid Eestis etendusi andes, kus piletihinnad on niigi kallid ja hindu tõsta pole võimalik, sest teater soovib pakkuda ligipääsu kõigile oma sihtgruppidele. Kokkuvõttes näeb teater omatulu hoidmisel ja suurendamisel olulist rõhku, kuid suurimaks rahastuse allikaks jäävad ka edaspidi mitmesugused toetused.

#### **1.4. Sihtgrupp ja teatrikülastaja profiil**

Teatri juures kriitiline komponent on publik, selle olemasoluta ei oleks teatrit, vähemalt sellisel kujul nagu seda siiani defineeritud ja mõistetud on. Peaaegu kõik teatriuurimise suunad on hakanud rõhutama vaataja osatähtsust teatriprotsessis (Saro 2004, lk 40). Külastajaid teatris, kellele soovitakse oma olemasolu ja kunstiteostest teavitada, saab turundusliku terminina nimetada teatri sihtgrupiks.

NO99 teatrikülastaja profiili määratlemiseks toetun 2012. aasta kevadel läbi viidud NO99 publiku-uuringule. Publiku-uuringu ja sihtgrupi analüüsi teostas in oma seminaritöö raames. NO99 keskmine külastaja on 30-40-aastane naisterahvas, kes töötab ametniku või spetsialistina, kultuuri või teaduse alal. 1/3 teatripublikust on määratlenud end “õpilane/üliõpilane” staatusega. Teatrisse mineku ajenditena nimetas publik kõige rohkem teatriarmastust, soovi saada puudutavaid tundeid ning kindlaid näitlejaid ja lavastusi. See annab kinnitust NO99 publikust kui isemõtlevast ja kunstilistest kaalutlustest lähtuvalt teatreid külastavast, mis omakorda kinnitab teatri olulisema väärtuse – kompromissitus kunstis – paikapidavust oma sihtgrupi seas. 2012. aastal küsitletud publik on näinud NO99 lavastusi läbi ajaloo üsna võrdselt, millest võib järelduda, et ka algusaegne publik pole suures osas vahetunud. (Sumberg 2012, lk 50)

Teater peab oluliseks sihtgrupiks oma püsikülastajaid, kellega jagatakse uudiseid ja pakkumisi esimeses järjekorras. NO99 *mailinglistis* on mai alguse seisuga üle 4 900 liikme, kes saavad vähemalt kord kuus listikirja. Lisaks on oluline sihtgrupp iga nädalaga täienev kontaktibaas teatri *facebooki* kontol, mille suurus oli mai alguse seisuga üle 5 400 kontakti. Selles sihtgrupis on ka meie hinnangul kõige lojaalsemat publikut.

Bonita Kolb (2005, lk 36-37) on jaganud vaatajate rollid erinevateks staadiumiteks osalusaktiivsuse skaalal: üldistatuna kultuurivaldkonna seisukohalt – tarbija, fänn, kummardaja, entusiast, väikeprodutsent. Esimeselt staadiumilt kõrgemale saavutamise püüde tähtsamaks ülesandeks on teatril nende erinevate staadiumitega arvestamine oma repertuaari valikus ja pakkumistes.

### **1.5. Positsioneerimine ja konkurents**

Konkurentsi mõiste Eesti kultuurimaastikul on kahetine. Kõik teatrid ja ka teised kultuuriasutused on üksteisele selged konkurendid võideldes kõik kultuurihuvilise eestimaalase küllastuste eest. Samas ei ole kultuuris tunda reaalselt nii selgepiirilist konkurentsi kui see on äris. Teiseks seisavad teatrid ühise eemärgi eest – säilitada ja arendada Eesti kultuuri. Nii ei pea NO99 otseselt oma konkurentideks ühtki teist teatrit. Ometi on õnnestunud järjest tihenevas konkurentsiolukorras saavutada teatri loomisel nähtud positsioneerimise – sotsiaalselt tundlik teater.

Positsioneerimine tähendab, kuidas organisatsioon end potentsiaalse kliendi peas teistest eristab (Ries & Trout 2003, lk 3). Eristav positsioneerimine algab teenuse eristamisest juba selle planeerimise käigus. Ettevalmistavas faasis tuleb klientidele oma pakutava kauba konkurentidest erinevad omadused selgeks teha. Erisust peab tingimata toetama reaalne argument, ainult lubaduseks jäädes ei ole positsioneerimine elujõuline. See tähendab, et teenus ja saadud kliendikogemus teenuse tarbimisest peab lubadusega ühtima. (Sumberg 2008) NO99 ei ole teadlikult oma positsioneerimislubadust turunduslikus mõttes kommunikeerinud. Seda on tehtud orgaaniliselt läbi lavastuste – ehk läbi loomuliku kunstilise tegevuse. 2012. aasta publiku-uuring ka seda kinnitab, kus NO99 eristuvaks märksõnaks nimetatakse sotsiaalset ja julget teatrikeelt (Sumberg 2012). Seda tugevamalt kinnitub põhimõte, et lubadus ja tegelik kliendikogemus peavad ühtima.

### **1.6. Turunduskommunikatsioon ja toetajad**

Teatrist kui usaldusväärsest brändist üksi ei piisa publiku tähelepanu võitmiseks. Vajalik on kasutada ühtset kommunikatsiooni ja promotsiooni. Kultuurorganisatsioonide promotsiooni eesmärgiks on peamiselt olnud teatrikülastaja intellektuaalse teadmise tõstmine nende

kunstiprogrammidest (Kolb 2005, lk 166-167). Erinevalt toodete promotsioonist on teatrite promotsioonil vaja kasutada veenva iseloomuga reklaami. Kuigi siin tuleb olla ettevaatlik teadlikuma teatrikülastaja segmendi osas, kes veenvat reklaami liigselt kommertslikuks võib pidada (*Ibid*, lk 171). Seetõttu on kasulik hoida kasutusvalmis või reageerimisvahendina ka meeldetuletavat reklaami. Tähtis on kasutada kõikides kanalites ühtset keelt, integreeritud turunduskommunikatsiooni, et edastada selget ja järjepidevat sõnumit kõikides kasutatavates promotsioonikanalites (Kuusik jt 2010, lk 240-241). Alahinnata ei tohi planeerimatut promotsioonimeetodit nagu suust-suhu-kommunikatsioon. Sõprade ja tuttavate kogemustel ning edasirääkimistel on inimese ostuotsusele suur mõju (*Ibid*, lk 237).

Kõige üldisemalt iseloomustab NO99 turundust põhimõte, et lavastusi reklaamitakse võimalikult minimaalselt – nii vähe kui võimalik ja vaid sellisel määral ja viisil, kui on hädavajalik, kasutades oma lavastuste abil suust-suhu-kommunikatsiooni. Turundus ei tohi olla teadlik eesmärk, see peab võimalikult orgaaniliselt sulanduma kunstiliste eesmärkidega, et teavitada mitte rohkem, kui see on informatiivses mõttes vajalik. Ülejäänu osas peab rääkima kunstiteose ise. Selline põhimõtte esitab turundus- ja kommunikatsioonivaldkonnale keerulise väljakutse (sest valdkonna üheks eesmärgiks on piletitulu täitmine ja ületamine), kuid seda järgides on teater saavutanud just sellise kuvandi nagu see laiem avalikkuse seas täna on – teatrit tuntakse selle kunstiteoste põhjal.

Nii kasutab NO99 lavastuste promotsiooniks teatri jaoks kõige efektiivsemaid meetodeid, eelkõige teatri enda kanaleid, kus saab avada taustu ja kontekste teatrile sobivas vormis ja keeles. Need kanalid on koduleht, listikiri, *facebook*, *twitter*. Sinna kanalitesse pannakse suurim fookus. Plakateid eksponeeritakse välimeedias vaid kultuuripindadel. Lisaks kasutatakse alati tasuta rahvusringhäälingu kanaleid (ETV Kultuuriteated ning Vikerraadio, Klassikaraadio ja Raadio 2 kultuuriuudised). Tasulist printreklaami tehakse harva ja vaid bartertehingute abil. Tasulist telereklaami tehakse vahel uuslavastuse eel või jooksva otsusena, kui on vaja ergutada piletimüüki - kuid ka need on vaid bartertehingute abil teostatavad.

### **Visuaalne identiteet ja sõnum**

Visuaalse korporatiivse identiteedi keelena kasutab NO99 rangelt vaid must-valget brändilahendust sponsorlogodeta ja toetajate infota. See kehtib nii printreklaamide ja videoklippide kui ka kohapealsete lahenduste puhul. Sellist visuaalset keelt on kasutatud kogu

NO99 ajaloo jooksul. Nii hoitakse teatri kunstilist ideed kõrgemal võimalikest ärilistest teguritest ja teatri kontseptsiooni eelkõige kunstilises fookuses. Sellise põhimõtte eest on teater saanud visuaalse kunsti alal tunnustust Eestis ja rahvusvaheliselt ära märgitud kui kõrge kunstilise tasemega brändilahendus ja teater.

Sõnumina keskenduvad teatrid info andmisele teatri lavastusest. Kuna tarbija reageerib sõnumile nii mõistuse kui ka emotsioonidega, tuleb teatritel sõnumi koostamisel arvestada mõlemaga (Kolb 2005, lk 166). Sõnumis on oluline tähelepanu saavutamiseks kasutada eristuvat keelt – trükireklaamide puhul näiteks teistest teatritest eristavat värvilahendust, info hulka reklaamis ja pealkirjade stiili (Kuusik jt 2010, lk 246-247).

Kohustuslikud elemendid NO99 lavastuste promotsioonis on lavastuse plakat ja kavaleht ning kuuvoldikud. Vastavalt vajadusele tehakse ka lavastuste flaiereid. Erinevalt välja toodud teoreetilises käsitluses soovitatule, kasutab sõnumina NO99 plakatil alati vaid orgaanilist fotot proovisaalist (poseerimata), lavastuse nime ja esietenduse aega – kuna visuaalse erilisema lahendusega korvatakse sõnumi puudumisest tulenev võimalik väiksem tähelepanu – õigemini, tekstilise sõnumi puudumine ongi NO99 sõnumikeel. Kavalehel on fotod proovisaalist ja lavastuse ideid avavad tekstid. Kuuvoldikuid tehakse iga kahe kuu tagant, kus kavas olevate lavastuste tutvustavate tekstide ja fotode kõrval on ühe fookuses oleva lavastuste pikem fotoseeria proovisaalist ning üks (kuukavas olevate lavastustega mitteseotud) pikem tekst, mis avab NO99 emotsionaalset hetkeseisundit selles ajahetkes.

## **Olukord toetajatega**

NO99-l ei ole kunagi olnud ega ole ka täna püsisponsoreid, erinevalt teistest teatritest, millistel on üldjuhul nii hooaja peasponsor kui ka hulk teisi püsitoetajaid. Eelkõige on NO99 toetajateta olukord kujunenud kompromissitusest reklaamida neid oma infokandjatel – esitada logosid ja reklaamteksti oma kanalites ja materjalidel. Ilma selleta on esialgsete potentsiaalsete toetajate huvi jähnenud või kadunud, mis on ka sponsorluse mõiste seisukohalt arusaadav – sest sellise tegevusega eeldatakse ka avalikku tunnustust (Rammo 2011, lk 8). Sellest asjaolust hoolimata on teatril mõned püsivad (ja tehnilisi lahendusi pakkuvad) koostööpartnerid, kes soovivad oma panuse anda põhimõttest, et toetada NO99 eksisteerimise viisi, teatrikeelt ja kunstilisi saavutusi.



## **2. HOOANDJA PROJEKT UUE LAVASTUSE VÄLJA TOOMISEKS**

Käesolevat peatükki pean lõputöö eesmärgist tulenevalt olulisimaks peatükiks, mis annab kogu tööle tuuma. Siin uurin kultuurisituatsiooni ja annetuste olukorda Eestis ning Hooandja projekti läbi selle kõikide oluliste komponentide.

### **2.1. Kultuurisituatsioon Eestis**

Kultuuri- ja eriti teatrimaastik Eestis on täna üsna ärev – aktuaalseid probleeme ja päevakajalisi arutelusid on õhus järjepidevalt. Ühelt poolt tingib selle kultuuriinimeste ja teatraalide rahulolematus Eesti kultuuripoliitikaga – eelkõige riigi toetuse ulatusega kultuurile, mis viimastel aastatel on iga perioodiga järjest vähenenud. Teiselt poolt on aktuaalseks kõneaineks kultuuriministeeriumi ja teatrite vahel teatrite juhtimisega seotu ja teatrite majandamisviiside relevantsus. Selle parasjagu pingelise dialoogi tõttu on teema saanud oma kaasaelajate ja kritiseerijatega ka avaliku kõnefooni.

Eesti riik katab teatrite kuludest umbes 60% (Eesti loomemajanduse olukorra... 2009, lk 4), samas on igal aastal kultuuri valdkonna toetust Eesti riigi eelarvest vähendatud – 2013. aastal oli see võrreldes 2012. aastaga vähenenud 8,4% ning kogu riigi eelarvest on kultuuri osakaal 2,2% (Riigieelarve 2012 2013). Ülejäänud 40% kuludest tuleb teatritel majandamiseks ise katta või selleks toetusi leida. Kuigi Riigikontrolli auditi kohaselt on kultuurivaldkonna raha jagamise korraldus paranenud (Riigikontroll: riigi rahastamise... 2013), tähendab riigitoetuse mahu vähenemine teatritele järjest keerulisemat riigipoolse rahalise toetuse saamist. Seetõttu tuleb veelgi hoolikamalt teatritel end positsioneerida ja tunda oma sihtgruppe. Kultuuriorganisatsioonid on sellest vajadusest järjest enam teadlikumaks saanud (Kolb 2005, lk 67). Lisaks teatriala sisesele konkurentsile võistleb teater ka teiste kultuuriorganisatsioonidega sama publiku pärast. Võrreldes varasema ajaga on valikuvõimalusi oluliselt rohkem kogu kultuuri ja meelelahutuslike ettevõtmiste peale, millega inimesed oma vaba aega sisustavad

(Epner jt 2006, lk 149). Seda reaalsemaks muutub kahjuks teatritevaheline olusvõitlus. Sigmund Freud teadis ligikaudu 100 aastat tagasi (2000, lk 31), et teda hämmastab laialt levinud seisukoht, nagu oleks inimkonna viletsuses süüdi meie kultuur ning oleksime õnnelikud, kui pöörduksime tagasi primitiivsetesse tingimustesse. See on meelevaldselt tõlgendatav ka tänasesse Eesti kultuurisituatsiooni - ilma kultuuri eest võitlemiseta oleks elu lihtsam ja muretum. Ometi ei tahaks tõenäoliselt ükski kultuuriorganisatsioon oma eksisteerimise mõttest ega kultuurist tervikuna loobuda.

2011. aastal tegi eesti teatripublik Eesti Teatristatistika järgi (2012) ligi 1 008 305 teatrikülastust. Tallinn on Eesti suurima elanikkonnaga linnana kultuuriasutuste ja –võimaluste arvukuse põhjal Eesti kultuurikeskus. Tallinnas on kõige enam teatreid (sh ainus vene teater), kinosid ning kultuuri- ja harrastustegevusega huvikeskuseid. Kultuuriasutuste rohkuse võimaluse annab Tallinna elanikkond üle 425 240 inimesega (Tallinna linna koduleht 2013), mille struktuuris on eestlasi ligikaudu pool. Avalikke kultuuriasutusi on eesti keelt kõnelevatele elanikele rohkem. Samal ajal ei välista see eesti keelt mõistvate ja kõnelevate muulaste külastusi eesti keeleruumiga kultuuriasutustes (rohkem tõenäoliselt muusika- ja tantsuetendusasutustes kui sõnalavastustega teatris).

Kirjeldatud olukord teatrimaastikul teeb õhustiku teatrites pingelisemaks ja ühtlasi paneb järjest enam konkurentsi tingimustes mõtlevaks ja tegutsevaks. Samas võiks anda see pingutus lootust järjest kvaliteetsema kunstilise taseme saavutamiseks ja järjest erakordsemateks lahendusteks, millest saab kasu eesti kultuur tervikuna.

## **2.2. Annetused tänases Eestis**

Annetuste ja heategevuse mõtteviis Eestis muutub iga aastaga potentsiaalsete annetajate seas teadlikumaks. See on tõenäoliselt võrdelises seoses inimeste ja ettevõtete sotsiaalse vastutustunde ja südametunnistusega anda midagi ühiskonnale tagasi või toetada ettevõtmisi ja abivajajaid, mis annetajat kõnetavad.

Põhjused, miks inimesed üldse tahavad või miks on neil vajadus annetada, toon välja teoreetilise käsitluse baasil järgnevalt (Sargeant & Jay 2004, lk 99-102):

- enda heaolutunne või altruism, mis omakorda hõlmab eneseväärikust, patulunastust, tunnustust, ligipääsu teenusele või kogukonnale, varasemat kokkupuudet või osalust valdkonnas, kellegi mälestuseks annetust, maksusoodustust;

- empaatia abivajajate vastu;
- isiklik sümpaatia toetatavas valdkonnas;
- sotsiaalne õiglustunne;
- sotsiaalsete normide tunnetus.

*Fundraisingu* ingliskeelne mõiste on saanud sama tähendusega mõisteks ka eesti keeles, kuivõrd head eestikeelset vastet pole veel kasutusele võetud. Sisuliselt tähendab *fundraising* annetuste kogumist - vabatahtlike toetuste otsimist ja saamist ehk eesti keeles lihtsalt korjandust (Rammo 2011, lk 8).

Annetuste hulk Eesti ettevõtjate poolt on alates majanduslanguse perioodist vähenenud. Kui võrrelda viimase olemasoleva aruande 2008. ja 2009. aastate vahel, siis 2009. aastal langes annetuste maht pea poole võrra. (Annetuste hulk Eestis... 2011) Annetuste hulga vähenemist suudab tõenäoliselt mõjutada ettevõtete seas praegusel hetkel ka aktuaalne parteide (ebaeetiline) rahastamise küsimus ja sellest tulenev võimalik parteide rahastamise keelustamine. Kaudselt võib mõjutada igasugune negatiivne ühiskondlik hoiak annetusi ka kõige üldisemas vaates, sest piir eetilise ja ebaeetilise vahel võib osutuda õhkõrnaks, kui annetaja teemaga liiga hästi kursis pole. Ja sel juhul - parem üldse eemale hoida.

Üheks uueks annetamisviisiks on ühisrahastus, millel on omakorda kolm alaliiki – projektide rahastus, ühislaenamine ja firmade ühisrahastus. Eestis on Hooandja ühisrahastusplatvormi asutaja Henri Laupmaa sõnul ühisrahastus tõusvaks trendiks. (Lepik 2013) Kuna ühisrahastusplatvormides saab annetaja ka üldjuhul midagi oma annetuse eest vastu, võiks seda mõistet käsitleda eelkõige kui projektidele hoo andmise seisukohast ja vähem klassikalise annetuse mõiste vaatest, mis tähendab vabatahtlikku kingitust, millega ei kaasne vastuteenet (Rammo 2011, lk 7).

Kui organisatsioonide annetused on Eestis pigem vähenenud, siis eraisikute annetuste maht ühisrahastusplatvormi Hooandja kaudu on ühe tegutsemisaastaga järjest kasvanud. Kuna väikeste summade abil toetamine on kergemat otsust nõudev, siis on trend mõistetav, isegi Eesti puhul, kus majanduslanguse mõju märgivad endiselt paljud ettevõtjad ja kultuuriasutused. Hooandja kaudu on raha andnud kümne kuu jooksul eestimaalased mitmekümnele projektile, annetades kokku üle 100 000 euro.

### 2.2.1. Hooandja ühisrahastusplatvorm

Hooandja on ühisrahastusplatvorm, mis aitab toetust leida loomingulistele projektidele. Hooandja on inimese jaoks, kes teeb loomingulisi projekte ja inimese jaoks, kes tahab, et loomingulisi projekte tehakse. Seal kohtuvad tegijad ja hooandjad, et ühisel jõul huvitavad, põnevad ja lennukad ideed teoks teha. Ühisrahastusplatvormi idee on vahendada toetust paljude toetajate ühisel jõul, sest palju väikeseid summasid võrdub ühe suurega. Hooandja loob hea keskkonna tegija ja toetaja jaoks, kus nende kohtumisel võib tekkida uusi põnevaid ideid ja saada hindamatut tagasisidet. Iga toetuse eest pakub projekti autor midagi vastu, mis seotud konkreetse projekti või projekti autoritega. (Hooandja koduleht 2013) Seetõttu ei saa nimetada Hooandjat klassikaliselt annetuskeskonnaks, vaid ühisrahastusplatvormiks, kuna oma annetuse eest saab toetaja soovi korral alati midagi vastu.

Hooandjas võib oma projekti esitada igaüks, kes on vähemalt 18-aastane, esindades eraisikut, mittetulundusühingut või äriettevõtet. Projekti kriteeriumiteks on loovus, kindlapiirilisus, mõõdetavus ja avalikkusega jagatav tulemus. Projekt saab Hooandjalt kogutud summa kätte vaid juhul, kui kogutakse 100% eesmärgist, sellest 5% võtab Hooandja vahendustasuks. Kui eesmärk täis ei saa, tagastab Hooandja annetajatele raha. Platvorm käivitati 2012. aasta juunis ning seda aitasid neljal eraisikust asutajal käivitada mitmed tehnoloogia partnerid ja nõustajad nagu Loov Eesti, Eesti Kultuurikoda, Swedbank, LHV, Glimstedt advokaadibüroo ja mitmed eraisikud. (Ibid 2013) Hooandja juhid hindavad Hooandja väärtuseks projektide jaoks ka bürokraatiavabadust. Idee esitamise päevast alates saab toetama asuda ning iga annetaja ja projekti autorid ise seda *online*-is Hooandja kodulehel asuma jälgida. (Tarand 2012)

Hooandja on oma eksisteerimise idee saanud analoogsest platvormist kickstarter.com Ameerika Ühendriikides, kus selline ühisrahastusplatvorm on töös olnud neli aastat. Sarnaseid platvorme on tekkinud juba ka Euroopasse.

## 2.3. Lavastus „Iga eht südamelöök“

### 2.3.1. Idee

Lavastuse idee, mille tõttu NO99 Hooandja projekti ette võttis, sai konkreetsema vormi lavastajate Tiit Ojasoo ja Ene-Liis Semper peades pärast 2012. aasta kevadise aktsiooni

„Esimene lugemine: Reformierakonna koosolek“ välja toomist. Varasem idee sai tõuke lavastusele järgnenud aktiivsest avalikust diskussioonist avalikkuses (vähemalt paarkümmend kajastust trüki- ja *online*-meedias ning kajastused kõikides Eesti telekanalites). See asetas ka teatri taaskord poliitilisele areenile. Loominguline tandem Ojasoo ja Semper tundsid seda tugevamat vajadust pöörduda juurte juurde, tuua lavale midagi väga poeetilist. Ja kuna luulehuvilist Ojasood on kummitanud Eesti üks mõjukaim luuletaja Juhan Liiv juba aastaid, otsides väljundit ka lavale jõudmiseks, tundus see õigeim hetk Liiv valla päästa.

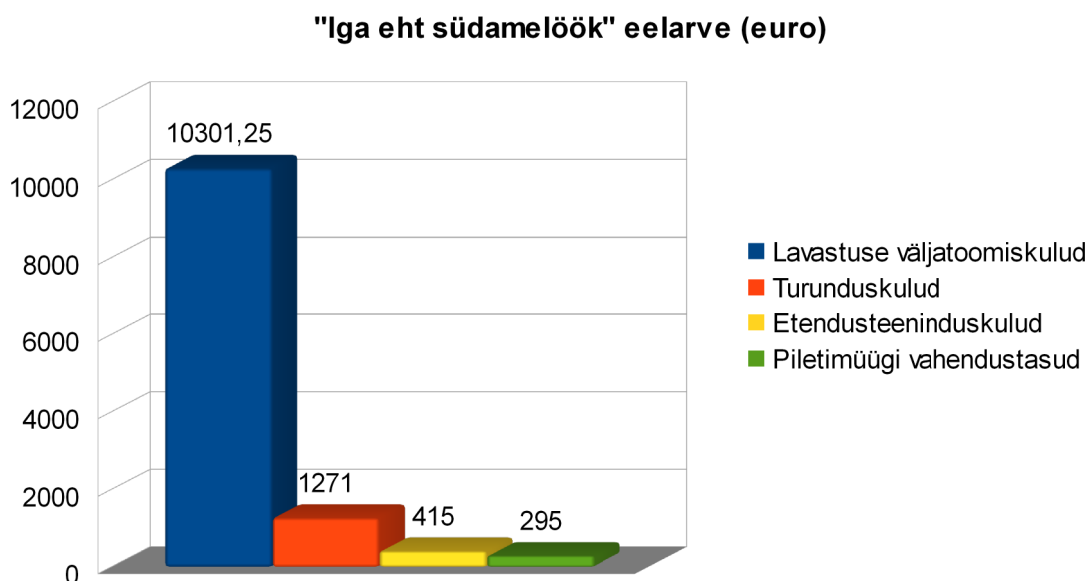
Ojasoo ja Semper koos trupiga lugesid järgnevate kuude jooksul läbi kogu Juhan Liivi loomingu. Liiv on siiani kõige mõjukam Eesti luuletaja, kelle loominguga tõmmatakse rahvusvahelisi paralleele. Tema luule on erakordselt tihe, tema kujundid on nagu kokkupressitud plahvatused, ja ta on väga kaasaegne: meie tänase elu banaalsus on seal sees, kuid samamoodi on seal sees ka tahe laulda, kuni lumi kurguni ulatub. Selle luule põhjal sooviti teha lavastust. Kuid mitte luulelavastust. Sellest pidi saama pildi- ja stseenirohke lavastus, kus lõpuks loetakse kokku 5-6 luuletust, kõik muu on tegevus. (Teater NO99 lavastuse... 2013). Lisas 2 on toodud lavastusest fotovalik ja Lisas 3 lavastuse plakat.

### 2.3.2. Repertuaariplaan 2013. aastal

Lavastus esietendus Teatris NO99 22. veebruaril 2012 peale erakordset pikka prooviprotsessi (neli kuud, kaudselt – mil luulet enestega kaasas kanti - isegi üheksa kuud). Lavastuse autorid on Ene-Liis Semper, Tiit Ojasoo ja NO99 trupp; lavastajad ja kunstnikud Tiit Ojasoo ja Ene-Liis Semper. Lavastusele on plaanitud 2013. aastal 25 etendust NO99 suures teatrisaalis. Lisaks on kutsutud lavastust juba festivalidele Bernis (tuntud mainekas festival „auawirleben“ aprilli lõpus), Omskis (uute teatrite festivalile mai lõpus) ning Münchenisse Saksamaa mainekama ja NO99 partnerteatri Münchner Kammerspiele 100. juubeli puhul korraldatava festivali „Relations“ külaliseks. Bernis toimunud festivalil võeti lavastus vastu nii hästi, et teater sai juba kohapeal uue kutse mainekale festivalile Berliinis „Nordwind“ 2013. aasta lõpus.

### 2.3.3. Eelarve

Lavastuse eelarve tulenes teatri eelarvest ehk tavapärasest arvestusest lavastuste tarbeks. Kogukulud lavastusele olid 12 282,25 eurot. Selle jagunemise toon välja alljärgneval graafikul.



Enamus kuludest hõlmab lavastuse välja toomiseks vajalikke kulutusi. Suurim komponent selles on lavastuse valgukujundus (7 475 eurot). Lavastuses kasutatakse kolmel eriviisil värviliste lampide võrku, mis sümboliseerib Eestimaa erku tähistäevast, vastandudes taotluslikult Juhan Liivi hilisemas luules eksisteeriva musta lae sümboliga. Kuna lavastuse üks ideedest oli Liivi varasema luule helgus ja usk ka tänapäeva konteksti tuua, millise tundmuseni jõuti reiside sihtpunktides, siis taevaalaotuse lootusrikkus ja erksus oli kunstniku (Ene-Liis Semper) põhiidee. Ning kuivõrd muid detaile seetõttu lavale peaaegu ei toodudki, ei olnud lavastajad ja kunstnik valmis sellest komponendist loobuma, eriti tähtis oli see äratundmine pärast reisidelt koju saabumist Eestimaa jätkuvalt lootusrikka taevaalaotuse alla.

Lavastuse plaanitud tulu piletimüügist Eestis on 2013. aastal 49 980 eurot (25 etenduse eest).

## 2.4. Hooandja projekti tutvustus

Eelpool kirjeldatud lavastuse ideest ja väga pikka aega Liivi luulesse keskendumisest tulenevalt tundsid autorid, et ainult Eesti kontekstiga piirduda ei saa, kunstiliselt ja emotsionaalselt pole see võimalik, Juhan Liivi must lagi hakkas proovisaali tungima. Tunti, et lisaks iseendale ja Eestile on vaja haarata lavastusse kogu maailm. Nii otsustati, et kui utoopiline see eesmärk ka ei tundu, püütakse kogu trupp saata jaanuaris, keset prooviprotsessi, kolmeks nädalaks välismaale. Et kõik seitse näitlejat läheksid üksi ja soovitatavalt maailma äärealadele, igäüks eripaigas ringi rännates. Et minna koguma stseene ja pilte, improviseerima, filmima ja heli salvestama, otsima

olemuslikku nii tänases maailmas kui iseendis. Minna konkreetsete ülesannetega ja võimalikult erinevatesse suundadesse, et naastes miksida lavastuse tarbeks erinevaid visuaale, rütme, tasandeid meid ümbritsevast kaasaegsest reaalsusest. Jõudmaks iseendani, tuleb minna väga kaugele. Selle vana tõdemuse järele soovitigi minna. Tajumist vajab Juhan Liivi kontekst tänases maailmas ja kas Liivi luule, mis eestlastel nii sügaval südames on, kehtib ka maailmas ja kehtib ka tänapäeval. Midagi säärast ei olnud varem Eesti teatris tehtud ja meie teadmise järgi ka Euroopa teatrites mitte. Terve maailma toomine ühte lavastusse tähendab intensiivset, tihedat, plahvatuslikku ja emotsionaalset lavastust. Vaadates lavastust, näha maailma. (Teater NO99 lavastuse ... 2013)

Otsustasime selle lennuka eesmärgi ellu viia. Rahalisi vahendeid selleks teatri eelarves polnud. Teisalt oli see põhimõtteline otsus, et kui plaan realiseerida, siis tingimata teatri välisest (maksumaksja raha välisest) eelarvest. Seda suuremat pingutust ja emotsionaalset plahvatust iseendas ja toimumahakkavas ootasime. Kõige tõenäolisem tundus meile panustada energilistele annetustele. Annetuste kogumisel ongi kaks levinuimat sihti - selge otstarbega toetus ja organisatsiooni elujõulisuse toetamine (Rammo 2011, lk 11).

Trupi ja administratsiooni esimesel arutelul jõudsime üsna kiirelt ühisele selgusele, et selleks projektiks vajame NO99 sõprade abi, meie kõige lojaalsema sihtgrupi abi. Kindlasti ei tohtinud see mõte saada vaid raha kogumiseks, sest see oli eksperiment NO99 aktsioonide parimas tähenduses ja katsetus julget eesmärki ellu viia sõprade toel. Sellest pidi saama lihtne, silmahakkav ja hoogne aktsioon. Nii oli üsna selge, et kõige õigem meie jaoks on otsida toetust ühisrahasutusplatvormi Hooandja kaudu. Seda polnud nii mastaapseks projektiks varem kasutatud, ja kuna nii platvormi idee (hoo andmine väikeste panuste kaudu suure toetajaskonna poolt) kui ka uue ja julge katsetamine on NO99-le iseloomulik, otsustasimegi seda teed minna.

Eelpool kirjeldatud kunstiline eesmärk vormus rahaliseks eesmärgiks - koguda näitlejatele reisiraha, igapähele 2000 eurot, millest tuleb suuta katta lennupiletid oma sihtpunkti ja toime tulla ka kogu elamiskuludega - sest ka reisil olek pidi olema võimalikult puhas ja lihtne. Sellegipoolest oleks see tähendanud seitsme näitleja puhul 14 000 eurot. Hooandja asutajad olid väga meelitatud meie liitumisest nende ideega, kuid toetusest hoolimata uskusid nad, et 14 000 eurot on liiga suur summa selle 100%-liseks saavutamiseks – eriti kui tegemist on abstraktse ideelise projektiga, mitte reaalse materiaalse väljundiga, nagu oli senine Hooandja praktika. Kuigi Hooandja pidas ka 10 000-eurost eesmärki liiga julgeks, ei olnud meie valmis sellest allapoole liikuma. See sütitabki NO99t, kui väljakutse on piisavalt kõrge. Projekti eesmärk on

kirjeldus mõõdetavast tulemusest, mis tuleb saavutada etteantud aja piires (Perens 1999, lk 70). Hooandja projekti eesmärgiks sõnastati: koguda kolme nädalaga 10 000 eurot näitlejate välisreisideks, et tuua lavastus välja nii, nagu kunstiline eesmärk nõuab. Eesmärgi teostumist pidasime oma seni kogetud laia toetajaskonna tõttu võimalikuks.

Oluliseks komponendiks annetuste kogumise aktsiooni ja hooandjatele tehtavate vastukingituste juures oli eelkõige emotsioon ja kohtumine oma hooandjatega. Selline lähenemine tundus juba eksperimendina meile ilus ning huvipakkuv, kui sütitav võiks annetajale olla kohtumine teiste hooandjatega ja NO99ga vabas, hoopis teistmoodi õhustikus. Nii seadsime peamise panuse (ja annetuse väikseima summa 10 eurot) oma vastukinkidest kohtumispeole, mida plaanisime korraldada pärast lavastuse esietendust. Eeldasime, et kui me publik hindab meid sellistena nagu oleme, on ta eelkõige rõõmus emotsionaalse kingituse eest. Täielik kinkide loetelu on toodud Lisas 4.

Annetuste koguja ei pea isegi avalikes huvides tegutsema. Kindlasti annetatakse ka seepärast, et mõistetakse probleemi ja tahetakse aidata kaasa selle lahendamisele või usutakse toetuse küsija organisatsiooni vajalikkusse ja võimekusse laiemalt. Selline inimene peab annetamist kui sellist lausa oma auasjaks ja kohuseks ega oota õieti tänugi, vaid seda, et jätkaksid oma organisatsiooniga samal kursil. (Rammo 2011, lk 11)

*Siin olen nõnda vaene ma  
ja nõnda rikas ka:  
mu tutvad kõik on minuga  
ja mina nendega.  
/Juhan Liiv/  
1896. a*

## **2.5. Ajakava ja riskijuhtimine**

Projekti ajakava koostas peamiste tööloikude väljatoomisega üsna kohe pärast otsust projekt ellu viia. Jagasin ajakava kolmeks valdkonnaks – verstapostid, majasisesed tegevused ning suhtlus meedia ja sihtgruppidega. Projekt algas hetkest, kui otsuse tegime ja majasiseselt välja kuulutasime, ning projekti ajakava viimane tegevus on hooandjatega kohtumispidu märgistav verstapost. Projekti detailse ajakava olen toonud Lisas 5.



## **Riskijuhtimine**

Riskid võib jaotada nelja suurde kategooriasse – strateegilised, tegevus-, finants- ja kahjuriskid. Kui esimesed kolm võivad sisaldada nii positiivset kui negatiivset külge, siis viimane saab olla vaid negatiivse tagajärjega. (Marsh koduleht 2013)

Strateegilisi kunstilisi ja tegevusriske juhime teatris tavaliselt vaid uskudes selle ainuvõimalikusse ja seega riskiplaane ei tehta. Riskiplaanid koostatakse tehniliste tegevuste jaoks, mida koordineerib tehniline direktor oma haldusalas olevate osakondade lõikes, seega kõikides tehnilistes valdkondades vastavalt vajadusele.

Hooandja projektis langes ainus ja projekti õnnestumiseks ainuoluline finantsrisk – täita rahaline eesmärk määratud ajaperioodil – administratiivsesse üksusesse. Seega tegime kogu plaani selliselt, et ühtki rahalist kulutust trupi reisile minekuks ei tehta varem, kui on selge, et summa on koos. Kõikide reisi- ja transpordipartneritega sõlmisime sõbralikud kokkulepped eelbroneeringuks, mida hoitakse kuni 5. jaanuarini.

Samuti ei muutnud me ametlikult ka jaanuari mängukava, arvestades asjaoluga, et näitlejad võivad samahästi jaanuaris viibida Eestis ja kehtima jääb algselt planeeritud repertuaar. Nii oleks jätkunud ka prooviperiood Eestis.

Tegelik olukord – annetuste jõudmine 10 000 euro piirini selgus juba 30. detsembriks, mil alustasime koheselt lennupiletite ostmise ja muude reisiplaanide fikseerimisega, et saavutada võimalikult soodsad kokkulepped kõikides sihtpunktides.

### **2.6. Meeskond ja rollijaotus**

Hooandja projekti eest vastutavaks jäin turundus-ja kommunikatsioonijuhi ning peamise eestvedajana mina. Kuna projekt oli ka kõige enam kommunikatsiooni fookusega, sai see ka kõige loogilisemaks lahenduseks. Meeskonda palusin vajalike valdkondade vastutajad. Kuna NO99 tänane meeskond on harjunud igasugustes tingimustes koos töötama, siis vastas minu kokku pandud meeskond ka seekord klassikalise meeskonnatöö põhimõtetele, mida Ruth Alase (2008) käsitluse järgi võib nimetada arenenud koostöötavaks meeskonnaks, kuna meeskonda iseloomustas „meie“-tunne, liidrirolli jaotumine olukorrast lähtuvalt ning tekkis initsiatiiv ja

vastutustunne. Alase käsitlemise järgi on meeskondade arengustaadiumid nelja etappi jagunevad: 1) mittearenenud meeskond, 2) eksperimenteeriv meeskond, 3) ühinev meeskond, 4) koostöötav meeskond. Samas Hooandja peo (mis oli kogu projekti viimases etapis olulisim komponent) korraldusliikmete valikul arvestasin eelduste ja võimete parimat suhet. Kui võimed ja eeldused võrdselt realiseeruvad, tekib tulemusena lisaks rahulolule edu (Steiger 1997, lk 46). Kuna NO99 varem sarnast suurejoonelist ja eeldatavalt nii rohke osavõtuga pidu polnud korraldanud, tuli seda enam arvestada inimeste motivatsiooni, eelduseid ja võimeid.

Projekti meeskonda kuulsid peale minu dramaturg Eero Epner, korraldusjuht Angela Mooste, tehniline direktor Kairi Mändla, direktor-loominguline juht Tiit Ojasoo, kunstnik-loominguline juht Ene-Liis Semper, trupp koosseisus Marika Vaarik, Mirtel Pohla, Eva Klemets, Inga Salurand, Risto Kübar, Rasmus Kaljujärvi, Gert Raudsep; videoinsener Tanel Ojasoo, kujundaja Martin Pedanik, peaproductsent Paul Aguraiuja ning büroojuht Laura Papper. Rollid jaotusid liikmete vahel järgmiselt:

- dramaturg – peaideoloog sõnumite koostamises, sõnumite koordineerimine trupi ja minuga, Hooandja peol baari-abi ja korrapidaja;
- korraldusjuht – trupile viisade vormistamine, lennukipiletite hakimine, trupi sihtkohtade valiku ja muude reisidetailide osas nõustamine ja koordineerimine, Hooandja peol korraldusabi;
- tehniline direktor – Hooandja peo loovkontseptsiooni teostamine ja tehniline korraldamine, Hooandja peol saali SOS-administraator;
- direktor-loominguline juht – Hooandja keskkonna jaoks proovisaalist materjali tootmine, proovidest fotode tegemine promotsioonimaterjalide jaoks, projekti kunstilised otsused, Hooandja peo peremees;
- kunstnik-loominguline juht – kogu videomaterjali kokkupanek koos videoinseneriga, fotode ja reklaampindade koostõlkest promotsiooniks, hooandjate kingivaliku koostõlkestamine, Hooandja peo perenaine;
- trupp – projekti peaosalised, Hooandja peol pererahvas, baaripidajad, reisimuljetest kõnepidajad-toostitõstjad;
- videoinsener – videomaterjali kokkupanek lavastuse ja hooandjate kingituste jaoks ning reklaamklippide tootmine koostöös kunstnikuga, Hooandja peol fotografeerimine;
- kujundaja – promotsioonimaterjalideks reklaamide, plakati, kingituste kujundamine vastavalt minu ja kunstniku tellimusele;
- peaproductsent – Hooandja peol varustaja baaridesse ja kohvikusse ning korraldusabi;

- büroojuht – Hooandja peol baarikorraldaja ja inimressursiga varustaja ning peo müügiaruandluse eest vastutaja;
- turundus- ja kommunikatsioonijuht – minu ülesandeks oli kommunikatsioonikanalite jaoks fookuste seadmine ja tekstide tellimine dramaturgilt; kommunikatsiooni juhtimine NO99 kanalites ja kanalite valik; meediasuhtlus; meeskonnaliikmete infovahetuse koordineerimine; majasisse kommunikatsiooni juhtimine; Hooandja kontaktidega suhtlemine vaheetappidest ja tehnilistest nüanssidest; hooandjate kingivaliku planeerimine, kooskõlastamine, eelarvestamine ja tellimine; Hooandja peo eelarvestamine, rollide jaotamine ja peakorraldamine, peol kõikide vastutajate jaoks koordinaatoriks olemine.

Millises vormis infot vahetada, sõltub projektist ja selle faasist. Kui on küsimusi tekitav teema, on mõistlik koguneda silmast silma. Kui tegemist on vaid info vahetamisega, piisab e-kirjadest. Lõpufaasis olev projekt vajab ka info edastamise teemades kokkusaamist. (Lees 2007, lk 127) Infovahetust meeskonnaga pidasin ajakasutuse efektiivsuse mõttes eelkõige e-mailide teel, korralised staatuskoosolekud pidasime kord nädalas pärast teatri nädalast üldkoosolekut. Erakorraline lõppstaatuskoosolek toimus vahetult enne Hooandja peo algust, kus minu koostatud projektiplaani põhjal kordas peo peremehena Tiit Ojasoo kõik detailid minutilise täpsusega meeskonna jaoks üle. See tagas kõikidele vastutajatele kindluse, et projekt on kulgemas plaani kohaselt, küsimuste korral kaalusime võimalikud variandid koos üle.

## 2.7. Sihtgrupp ja sidusgrupid

Kui äriettevõtte turunduses on loomulik, et ettevõtte loob segmente, hindab nende atraktiivsust ja sobivust ettevõtte jaoks ning selle põhjal loob sihtgrupid (Kuusik jt 2010, lk 135-136), siis NO99s nii teadlikku sihtgrupi valikut ei ole tehtud - luuakse vaid endid kõnetavat kunsti, sinna ümber kogunevad seda teatrikeelt hindavad kogukonnad ja neid teadvustades, püütakse hoolides neid enda külge kinnistada. Eriti puudutas see põhimõte Hooandja projekti käigus sihtgruppidega suhtlust.

Sihtgrupiks Hooandja projektis on üldises vaates kogu NO99 tegemistele kaasaalav ja Hooandja portaalis loovprojekte toetav publik. Kitsamatesse gruppidesse paigutatuna jaotuksid need järgmiselt:

- NO99 *mailinglisti* liige (kokku listiliikmeid üle 4900);
- NO99 *facebooki* lehe kontaktid (kokku üle 5400 kontakti);

- teatri Sõpradeklubi;
- sotsiaalselt tundlikum ja vastutustundlikum kogukond, kes sõltumata ettevõttest ja valdkonnast, kui mõte kõnetab, soovib liituda ja osaleda;
- jõukam kodanikkond, kes elab kaasa NO99 tegemistele ja ideedele.

Panustasime eelkõige oma lojaalsetele kaasaelajatele. Kui lojaalsusredelil on Vihalema järgi (2008, lk 114-115) kuus astet – 1) potentsiaalsed ostjad, 2) ostukandidaadid, 3) prooviostjad, 4) korduvostjad, 5) kliendid, 6) arvamusiidrid – ning sel kõrgeimal astmel asetsevad ehk arvamusiidrid on aktiivsed organisatsiooni pooldajad, kes soovivad seda ka oma ringkondades, siis eeldasime varasema kogemuse baasil, et sellist sihtgruppi meil jätkub ja neid kõnetada tahame eelkõige.

Sidusgrupid on kodanike rühmad või organisatsioonid, mis võivad projekti mõjutada kas positiivselt või negatiivselt (Siseministeeriumi koduleht 2001). Seetõttu on oluline nendega sihtgrupi kõrval arvestada ja võimalusel ka projekti kaasata. Otseseks sidusgrupiks Hooandja projektis on Hooandja keskkonna töötajaskond. Kaudsemaks sidusrühmaks võiks lugeda tulevased Hooandja portaali kaudu annetuse kogujad, kelle huvi oleks Hooandja idee populariseerimine – kuna selline määratlus on liiga abstraktne, ei pea ma selle grupi otseseks sidusgrupiks lugemist õigeks. Antud projekti juures võib arvata ka meedia sidusrühma hulka. Kuivõrd nii suurejooneline projekt oli Hooandjas esmakordselt ning kuivõrd on taoline rahastusmudel riigiteatri jaoks äärmiselt julge lahendus ja erakordne ettevõtmine, on ka meedia tähelepanu mitte ainult päevakajalisuse huvides, vaid ka kui pretsedendi loomise tõttu uudisväärtust pakkuv. Samal eesmärgil loen sidusgrupiks ka teisi teatreid, teatriringkondi ja Kultuuriministeeriumit.

## 2.8. Eelarve

Hooandja projekti jaoks tehtavad kõik kulutused otsustati juba projekti idee sündides katta otseselt vaid projekti enese kaudu. Ka see otsus tegi projekti eriliseks ja kasvatas väljakutset, mida projektijuhina pidin esimesest projekti välja kuulutamise päevast tegevuste juures arvestama. See oli ühelt poolt põhimõtteline otsus – et kui projekt ei õnnestu, ei ole kantud lisakulutusi, kuid teiselt poolt ka piiratud aastaeelarvest tulenev otsus – sellest kulukatet leida polnud võimalik ega ka mõistlik.

5. jaanuaril oli selge, et kogutud on 15 185 eurot, millest tuleb maha arvestada Hooandjale makstav vahendustasu (jaanuaris oli see praeguse 5% asemel 3%). Projekti eelarve oli seega 14 743 eurot. Selle summa sisse arvestati järgmised komponendid:

- näitlejate reisi ja kohalviibimise kulud (14 000 eurot);
- Hooandja peo korraldamiseks vajaminev;
- teised hooandjatele mõeldud kingitused (500 eurot).

Projekti eelarvega tasakaalu jäämise nimel tuli eelarvestada Hooandja peo kohviku ja baari tulusid.

Ärilise konfidentsiaalsuse tõttu ei ole mul siinkohal võimalik detailsemat eelarvejaotust ja komponentide kujunemist kirjeldada. Kokkuvõtvalt saan välja tuua, et kogu projekt jäi 90 euroga miinusesse. Kuid kogu emotsionaalne tulu - kogemus, rõõm ja veelgi enam meeskonda ühteliitev tunne - oli väärt oluliselt rohkem kui 90 eurot. Seega otsustasime selle kulu lavastuse turunduseelarvest katta, mis sisuliselt ja raamatupidamuslikult lavastuse turunduskulu oligi.

Seega oli Hooandja projekti eelarvestamisel tegemist hinnastamise kulukeskse meetodiga, kui põhineda siinkohal tavalise teenuse või toote hinnastamisele. See tähendab, et hind tekib vastavalt toote enda kuludele. (Vihalem 2008, lk 265)

## **2.9. Turundustegevus**

Turundustegevuse peamine eesmärk oli jõuda sõnumiga kogu sihtgrupini tervikuna ja teda kaasa elama panna vähemalt sellisel määral, et ta tahab osaleda Hooandja peol ehk teha väikseima võimaliku annetuse. Sellest lähtuvalt planeerisin projekti turundusmeetmed. Kasutasin diferentseerimata ehk massturundust kõikide meie sihtgruppide jaoks ehk kogu kommunikatsioonis kasutasin ühtset turundusmeetmestikku (Vihalem 2008, lk 61). Samas kasutasin meetmetest nii isiklikku kui ka massikommunikatsiooni. Isiklik kommunikatsioon eeldab isikute otsest suhtlust, massikommunikatsioon aga suhtlust ilma isikliku kontakti ja vahetu tagasisideta (Vihalem 2008, lk 179).

### 2.9.1. Visuaalne lahendus

Nagu eelpool NO99 visuaalse identiteedi juures tutvustasin, on meie visuaalne keel rangelt ühene kõikide lavastuste ja aktsioonide puhul, kuna see on osa NO99 identiteedist. Seega oli selge, et ka Hooandja projekti jaoks visuaalses keeles muutusi ei tule. Silmapaistmiseks tuli panustada meetmete ja kanalite kaudu. Hooandja videolõiguks ja visuaalideks e-kanalites kasutasime kaadreid proovisaalist. Erinevalt meie tavalahendustest oli selle projekti puhul erakordne asjaolu, et fotole lisaks kasutati ühe-lauselise suuremõõtmelise teksti üleskutsega Hooandja projektile. Meie tavamõtteviisi kohaselt oleks selline juba üsna agressiivne lähenemine, kuid antud kontekstis täitis see eesmärgi, seega tundus selle valiku tegemine mulle põhjendatud.

### 2.9.2 Turunduskommunikatsioon

Annetuste kogumise efektiivsus sõltub kahtlemata sellest, kui palju see läheb sihtgrupile korda ja kuidas projekt tervikuna emotsionaalselt mõjub. Et korjandusaktsioon enda kasuks hästi tööle panna, tuleks arvestada viite turunduslikku reeglit (Hart, Greenfield, Haji 2007, lk 83):

- tee annetamine lihtsaks;
- tee annetamine meeldivaks;
- tee annetamine populaarseks;
- tunnusta oma annetajaid;
- kasvata oma annetajate kogukonda.

Segaduste vältimiseks potentsiaalse annetaja peas peab eelkõige olema selge, milleks sa temalt raha küsid. Reklaam jääb kanalina paratamatult loosunglikuks, kus sa saad vaid öelda, keda, kus ja miks toetada; kogu muu info tuleb selgeks teha teistes kanalites, kas või kodulehel. Info selle kohta, kuidas sinu organisatsiooni toetada, peaks olema igal pool kõige kättesaadavam, kus sa vähegi välja paistad. (Rammo 2011, lk 10, 16)

Lähtuvalt neist põhimõtetest ja eelarvest (mille suurus projekti alustades oli teadmata) valisin turundusmeetmed, rõhudes eelkõige teatri enda juhitavatesse ja tasuta kanalitesse. Efektiivseks kommunikatsiooniks oli oluline planeerida kõiki kanaleid ja sõnumeid üksteist toetavalt. Ann Vihalem (2008, lk 196) on toonud oma käsitluses välja erinevaid mõisteid integreeritud

turunduskommunikatsioonist, millest minu hinnangul tabab mõiste olemust kõige paremini S.E. Moriarty sõnastatu, milles see tähendab kontseptsiooni, mis püüab maksimeerida klientidele ja teistele olulistele sidusrühmadele suunatavate sõnumite sünergia.

## **Koduleht**

Teater NO99 kodulehe avalehele tegime kampaania *introlehe*, mis oli üleval kogu projekti aktiivsena olemise aja. Nii ei oleks saanud NO99 kodulehele jõudes Hooandja projekti märkamata jätta ja seda eirata (vt Lisa 6).

*Introlehelt* edasi liikudes jõuab NO99 kodulehel uudistevoo esilehele. Hooandja projekti uudis ja toetamise üleskutse paiknes voo teisel positsioonil kogu projekti jooksul. Samuti oli info Hooandjas olemise ja lavastuse toetamise võimaluse kohta lavastuse enda lehel.

Kodulehe sõnumit selle projekti aktiivsena olemise kolme nädala jooksul kodulehe rahu huvides ma ei vahetanud. Proaktiivse ja jõulisema kommunikatsiooni jätsin selleks ootuspärasemate ja sobilikema kanalite jaoks.

## **Suhtlus *mailinglistiga***

*Mailinglisti* poole pöördumine sai peamiseks aktiivseks kommunikatsioonikanaliks. Hindasin selle sihtgrupi suurust piisavaks, mis meediakajastustega koosmõjus võiks kindlustada eesmärgi tagava toetuste hulga.

Pöördusin *mailinglisti* poole projekti jooksul kolmel korral – et pakkuda lugemiseks mahlakaid tekste ja ergutust, kuid samas, et mitte liiga sagedasti postitades tülikana mõjuda. Esimene kiri andis meie projektist tausta avades teada ja sisaldas esimest videolinki Hooandja keskkonda. Strateegiliselt oli mu eesmärk, et avapöördumine peab olema kõige emotsionaalsemalt kaaskiskuv, et suure osa toetustest koguksime esimese lainega, mis annab motivatsiooni ja hoogu ka hilisematele liitujatele – kuivõrd tundub neile siis toetuse summat vaadates, et eesmärgi täitmine on reaalne. Teise kirja saatsin *mailinglistile* välja pärast esimese hoo raugemist (kui toetuste tempo oli aeglustunud), vajutades sotsiaalsele ja ühtekuulumise nupule. Sõnumiks oli, et ainult 10 euro eest saab erakordse peo, mis on mõeldud ainult hooandjatele, vaid üks kord elus. Kolmas kiri, kui summa oli juba mõni päev tagasi täitunud, tuletas meelde

projekti peatsest lõpust, tänades ja andes soovijatele võimaluse veel viimast panust teha. Täpne postituste saatmise ajakava on välja toodud Lisas 5. *Mailinglisti* kirjad on esitatud Lisana 7.

### **Postitused Facebookis ja Twitteris**

Sarnaselt *mailinglistiga* esitasime sõnumeid ka sotsiaalmeediakanalites. Postitused kandsid samu sõnumeid nagu *mailinglistis*, lisaks postitasin emotsionaalseid hõikeid ja tänusõnu ootamatult kiire reageerimise ja laiaulatusliku toetamise eest. Ühelt poolt kaasas selline tänamine senist toetajaskonda ja teisalt andis see ülejäänutele hasarti liitumiseks.

### **Meediasuhtlus**

Ajaleht „Postimees“ kultuuritoimetusega võtsin ühendust päev enne projekti avalikuks kuulutamist, et uurida nende võimalikku huvi kajastamise vastu. Nende ilmselt emotsionaalne toetus võimaldas koheselt kokku leppida, et nupuke projekti kohta ilmub lisaks *online*-lehele ka projekti avaldamise päeval „Postimehe“ paberversioonis – mis teeb sihtgrupi meie enda kanalite valiku põhjal oluliselt laiemaks. Lisaks oli „Postimees“ valmis kajastama projekti kulgu ka selle kestel. Seega oli see oluline kokkulepe ja saavutus.

Projekti avaldamise hommikul saatsin oma meediakontaktidele välja pressiteate (vt Lisa 8). Pressiteate saatmise järel võtsin ühendust oma meediavõrgustikuga, et pakkuda võimalust intervjuudeks Tiit Ojasooga, kuulumaks tagamaid ja otsuse tõukeid. Raadiointervjuud soovis Vikerraadio ja väikese intriigiga (kultuurivaldkonna riikliku rahastuse aktuaalse arutelu valguses) soovis videopilti ja intervjuud Kanal 2 uudistesaadet Reporter. Kanal 2 uudistes oli Tiit Ojasoo intervjuu ja projektitutvustus projekti väljakuulutamise päeval 12. detsembril; Vikerraadio eetris aga päevases pikas jutusaates „Uudis +“ külalisena 18. detsembril.

Tasulisi kanaleid ja muid meetmeid ei olnud põhjust tarvitusele võtta. Meediakajastused, ilmne huvi ka laiemas avalikkuses ning meie proaktiivse kommunikatsiooniga oma e-kanalid täitsid eesmärgi ja muid kanaleid juurde planeerida ei olnud otstarbekas. Minu pikaaegse turunduskogemuse juures oli selline eelarveta turunduse planeerimine põnev väljakutse, sest tasuliste ja rohkearvuliste kanalite planeerimisel on osavõttu oluliselt lihtsam tagada. Nii oli



seekord seda olulisem panustada sõnumi emotsionaalsusesse ja sihtgrupi tabamisele. Oluliseks pidasin ja panustasin meediasuhetesse.

### 2.9.3. Hooandja pidu

Hooandja peo toon turundustegevuste all eraldi alapeatükina välja selle emotsionaalse erakordsuse ja massiivsuse tõttu nii minule projektijuhina kui teatrile tervikuna. Seetõttu sai pidu NO99 lavastuste loendis aktsioonidega sarnaselt omale ka numbri ja nime - „NO59,5: Koos“ (vt. Aktsiooni kodulehte Lisas 9).

Kohtumispidu oli juba oma eesmärgilt teistest kingitustest erinev. Peo korraldasime kunstilisest sihist kantuna – kohtuda silmast silma kõikide oma hooandjatega, kõikide toetajatega, kes astusid küsimusi küsimata sündimata kunstiteose selja taha. Tahtsime tänada oma kõiki toetajaid ühises ruumis ja ajas viibides. Pidul oli kingitus kõikidele hooandjatele, sõltumata annetuse suurusest. Sest toetus oli ideoloogiline. Seega oli peol ja selle õnnestumisel suur kaal. Sellest sai kaudselt eraldi oluline promotsioonivahend.

Peo ettevalmistamiseks oli ajakava põhjal aega üks kuu, kuid lavastuse „Iga eht südamelöök“ esietenduse eelne periood kuulus vaimselt ja praktiliselt lavastuse välja toomisele ning lõpliku kontseptsiooniga peo korraldamist alustasime nädal enne selle toimumist, pärast esietendust. NO99s on säärane tava juba juurdunud, et kunstilist kompromissi teha – korraga mitut olulist projekti organiseerida - ei saa. Seega sai peo korraldamine väljakutseks – arvestades lühikest ettevalmistusaega, registreerunute suurt arvu ja piiratud rahalisi ressursse. Selleks korralduseks tegin projektiplaani koos vastutajate määramise ja täpse ajagraafikuga.

Peole registreerus 406 inimest, kohal oli ligikaudu 20% vähem inimesi, mis on minu korralduskogemuse põhjal tavapärane mittekohaleilmumise määr. Peo kontseptsiooniks oli tantsupidu, millele eelneb personaalses õhkkonnas koosolemine teatri jaoks kõige olulisemas ja intiimsemas ruumis, teatrisaalis – teatri magamistoas, kuhu mahutasime kogu saali katva peolaua (üle 200 meetri pikk valge paberist laudlina mustal põrandal), millele kirjutasime kõikide hooandjate eesnimed tähestikulises järjekorras sh NO99 meeskond. Peosaali sai siseneda vaid jalanõudeta (nagu magamistuppa ikka), mis jäeti ukse taha samasugustele tähestikulises järjekorras ja kõikide piduliste nimesid sisaldavatele pikkadele aluspaberitele. Peolaua taga kuulati reisimuljeid, vaadati videolõike reisiridelt, öeldi tooste ning tänati. Oldi

koos. Tantsupeol pidasid reisil käinud näitlejad baari ja suhtlesid külalistega, et pakkuda võimalust ka personaalseteks vestlusteks. Vestluseid ja kohtumisi julgustas juba peo kõnevoorus Tiit Ojasoo, tuues sellega publikut teatrile emotsionaalsemalt lähemale, eesmärgiga lõhkuda vähemalt üheks õhtuks teatri „neljas sein“. Selline klientide arvamuste ja tunnete küsimine, emotsionaalne kaasamine on Andy Milligani ja Shaun Smithi käsitle (2007, lk 67-68) järgi oluline oma organisatsiooni ja ettevõtte kaasa elamise saavutamisele ning samal ajal tekitab tunnet inimlikust juhust.

Teatri ja vaataja vahetu suhe, nendevaheline kommunikatsioon, võib olla isegi teatri tuumaks. Etendamise viisist ja sisust sõltumata teeb seda alati elav näitleja ja seda jälgib samas ruumis viibiv vaataja. (Epner jt. 2006, lk 182) Lavastus saab valmis alles siis, kui saali tulevad vaatajad - lavastus on etendusesti varieeruv just vaataja vahetu juuresoleku ja etenduse mõjutamise tõttu. Oma otseste reageeringutega ja sellega näitlejatele tagasiside andmisega on publik etenduse aktiivne kaaslooja. (Epner jt. 2006, lk 241) Nii saab vaataja mõjutada otseselt ka kunstiteost ennast. See oli ka meie üks eesmärke kohtumispeo idee juures ja on ideeline eesmärk kogu NO99 teatrikeeles ja publikuga suhtlusel.

Lisadena toin välja peokutse (Lisas 7) ja peo esimesest osast fotosid (Lisas 10).

## **2.10. Meediakajastus**

Meediakajastuste all toon välja NO99 Hooandjas olemise aja jooksul kuni ajani pärast lavastuse esietendust ilmunud kajastused. Meedia huvi oli kõrge juba projekti algusest. Lisaks toon välja lavastuse „Iga eht südamelöökö“ meediakajastused, kuna Hooandja projekti tõttu oli huvi ja ootus ka lavastuse vastu suurem – kirjutati projektist ja lavastusest koos või seostati arvustuses lavastust Hooandja projektiga.

Projekti kestel ilmusid kajastused järgmiselt:

- Heili Sibrits. NO99 otsib uuele lavastusele toetajad Hooandjas. Postimees, 12.12.2012;
- Heili Sibrits. Annetajad on kokku saanud kolmveerandi NO99 uue lavastuse maksumusest. Postimees Online, 27.12.2012;
- Kaarel Kressa. Annetajad aitavad NO99 näitlejatel kodumaalt lahkuda. Eesti Päevaleht, 03.01.2013;

- Merike Teder. NO99 näitlejad lendasid Hooandjas kogutud annetuste toel üle maailma laiali. Postimees, 03.01.2013;
- Mart Niineste. Hooandjal on ootel veel 70 projekti. Eesti Päevaleht, 30. 01.2013;

Lavastuse esietenduse järgselt ilmusid lavastuse arvustused (millistes on mainitud Hooandja projekti):

- Heili Sibrits. NO99 kohtumine Liiviga. Postimees, 27.02.2013;
- Andres Laasik. Teekonnast läbitud kaks viiendikku jõudis ehtsate südamelöökide juurde. Eesti Päevaleht, 27.02.2013;
- Kristi Ruusna. Fragmentaarium, mis ei lase olla. Eesti Ekspress, 10.03.2013;
- Tauri Purk. Teatris NO99 esietendus Hooandjas laineid löönud „Iga eht südamelöök“. Ajakaja, 11.03.2013;
- Alvar Loog. Näitleja kui omaenese lühikroonika. Sirp, 11.04.2013;
- Iiris Viirpalu. Ehtsusest ja südamelöökidest luules ja laval. Teatriblogi, 19.03.2013;
- ETV. OP!, 19.03.2013.

Lisaks avaldati nii Hooandja projekti välja kuulutamise päeval kui ka lavastuse esietenduse päeval meie pressiteated nii Eesti Rahvusringhäälingu kui ka Postimehe *online*-portaalides.

## **2.11. Sotsiaalne ja majanduslik mõju**

Järgnevalt analüüsin Hooandja projekti mõju nii NO99-le, tuues välja annetuse konkreetse statistika kui ka ühiskonnale laiemalt.

### **Projekti otsene tulemus**

5. jaanuariks oli NO99 projekti toetanud 518 hooandjat, annetades kokku 15 185 eurot. See oli seni Hooandja ajaloo suurim toetajate arv ning suurim kogutud summa, mis oli üle kahe korra suurem kui seni kõige enam kogunud projekt. Strateegilises ja kunstilise eksperimendi vaates oli annetuste summast tähtsam meile annetajate arv. Projekti välja kuulutamise päeval annetas viiendik hooandjatest ehk 103 inimest, teine kõrgeim päev oli 3. jaanuar 63 annetajaga (kui saatsin listikirja ning ilmusid artiklid Eesti Päevalehes ja Postimehes), kolmas rohkearvuline

toetajate päev 59 annetajaga oli 27. detsember (kui saatsin listikirja ja ilmus Postimehes vahekokkuvõtte meie projekti kulgemisest). Päevade kaupa tehtud toetuste summa on toodud Lisas 11. Statistika näitab ilmekalt, kui oluline on planeeritud ja proaktiivne sihtgrupiga suhtlus ning kui tähtis on turundusmeetmena selle koosmõju meediasuhetega.

Summaarses jagunemises tuli suure hulga väikeste summadega peaaegu 40% annetustest esimese päeva jooksul. Kokku toetas 328 inimest 10 euroga (või rohkem), 118 inimest 20 euroga (või rohkem), 40 inimest 50 euroga (või rohkem), 12 inimest 150 euroga (või rohkem), 7 inimest 250 euroga (või rohkem), 3 inimest 500 euroga (või rohkem) ja 2 inimest 1000 euroga.

Sugudevaheliselt oli annetajatest 339 naised (kuivõrd otsustada nende kasutajanimede põhjal) ning 174 mehed, seega 65% oli naisterahvaid. Kui vaadata nii üleüldist teatripublikut kui ka NO99 publikus naiste ja meeste suhet (80% naisi), siis annetamises on meeste proportsionaalsus suurem, mis on mõneti ka mõistetav, kuivõrd NO99 ideoloogia toetajatest on hulk arvamusiidritest meesterahvaid, kes meie igapäevase teatripubliku alla samas ei kuulu.

Lavale jõudnud lavastusest 1/3 materjali oli otseselt reisilt kogutud ja jäädvustatud – videod ja kogetu stseenide näol. Lisaks kogutud visuaalsele väljundile kandsid näitlejad peale Juhan Liivi luuleraamatute enestega kaasas luulet ka enda peades - kõik kolm reisil oldud nädalat. Kunstiliselt ei näinud lavastajad muud võimalust, kuidas lavastus oleks ilma reisidel käimata valminud selliseks nagu plaaniti ja selliseks nagu trupp enne ärasõitu oma meeltes oli tunnetanud – selliseks nagu lavastus sai – emotsionaalne, puhas, igal õhtul uus ja uuesti läbielatatav, näitlejatele emotsionaalselt kurnav ja ometi seetõttu ka hädavajalik.

Enne Hooandja pidu olime oma majas korraldanud sündmuseid ja andnud etendusi kuni 250-le inimesele. Seega oli see suurim üritus ka NO99 inimestele ja korraldusmeeskonnale.

Lisaks eelpool toodud arvukale meediakajastusele oli nii projekti ajal kui peo järgselt arutelusid avalike elu tegelaste ja lihtsalt projektis osalenute *Twitteri* ja *Facebooki* kontodel ning peofotode jagamisi *Facebooki* kontakide vahel.

## Sotsiaalne ja majanduslik mõju

NO99-le tekkis otsene majanduslik mõju projekti eesmärgi saavutamise, mis lubas kogu trupi prooviperioodil maailmasse lavastuse stseenidele sisu ja emotsioone koguma. See omakorda mõjutas lennufirmade käivet lennupiletite ostmisega ning sihtriikide kohalikke toidlustus- ja transpordisektoreid. Selle mõju kogusumma on 14 000 eurot.

Lisaks mõjutab Hooandja kingituste tellimus Eestis kahte trükikoda ning ühte rõivakauplust. Kingituste mõju kogusumma (v.a. Hooandja pidu) on 800 eurot.

Peo külaliste ostude tulemusena tõusis teatri kohviku käive jookide ja pirukate ostmisega. Peo korraldamise käigus ostetud alkohol ja karastusjoogid ning peoliste pakutud tasuta supp (mis on juba meie pidude pärisosaks kujunenud) tõstis Eesti alkoholimüüjate ja ühe *catering* firma käivet. Alkoholitarbijate hulga ja peo hilise lõpuaja järgi otsustades sai mõjutatud ka tõenäoliselt mitme Tallinna taksofirma käive.

Meie projekti suurimat mõju hindan väljaspool meie eesmärgi just sotsiaalmajanduslikust vaatenurgast eelkõige Hooandja platvormile ja ettevõttele. Peamiselt kasvas nende tuntus rohkete meediakajastuste ja avalikkuse teadvustamisega sellisest rahastusviisist, mis omakorda mõjutab positiivselt otseselt Hooandja majanduslikku olukorda.

Otseselt said hoogu ja kasu ka kõik tulevased ja potentsiaalsed annetuste kogujad. Suurema tuntusega keskkonnas on suurem tõenäosus jõuda oma sõnumitega sihtgrupini ja rahaline eemärk saavutada. Järgnevalt toon statistika enne ja pärast meie projekti annetuste kogujate ja annetajate muutusest Hooandjas (Hooandja koduleht 2013):

- Kogu 2012. aasta jooksul toetati edukalt (koguti 100% eesmärgist) 25 projekti, millega koguti 61 556 eurot, sellest 15 185 eurot NO99 projektiga ehk meie projekti osakaal kogu Hooandja möödunud aastast oli 24,6 protsenti ehk neljandik.
- Enne 5. jaanuari (meie projekti lõppu) toetati 2012. aastal edukalt 24 projekti, pärast meid toetati vaid kahe kuu jooksul edukalt juba 14 projekti.
- Enne meie projekti toetati erinevaid projekte 2012. aasta jooksul kokku summaga 46 371 eurot, pärast meid toetatud projektide kogusumma oli järgmise kahe kuu jooksul 32 266 eurot.
- Enne meid oli suurim kogutud summa 5 691 eurot, mis sisaldas ühte väga suuresummalist annetust. Pärast meid saadi juba kuu aja jooksul kokku ka 10 135-eurone toetus (film Rehepapp).

- Kõige olulisem: enne meid toetas edukalt lõppenud projekte 2012. aasta jooksul 1443 hooandjat, pärast meid lõppes kahe kuu jooksul edukalt projekte juba 1036 hooandja abil, pluss meie projekti 518 toetajat ehk siis kolme kuu peale kokku 1554 toetajat. Seega on keskmiselt iga neljas kuni viies hooandja olnud meie projekti toetaja.

Otsest ja kaudset positiivset mõju sai meie projekti ja Hooandja platvormi hoogustamisega kogu Eesti ühiskond, mis võiks tõenäoliselt ergutada jõukamat elanikkonda sagedamini abivajajaid toetama, kuid sama oluliselt on ka väiketoetajaid elavamalt annetusi tegema ja laiemalt erinevaid projekte märkama, mida vaid oma valdkonnas tegutsedes ja kogukondades suheldes ei pruugi tähele panna. Kaudset, kuid vaid laiaulatuslikku mõju näen meie projekti õnnestumise abil mõtteviisi populariseerimises ning julguses sellise mastaabiga ja ka otseselt mittemateriaalse väljundiga projekte ette võtta.

### **3. ENESEREFLEKSIOON**

Teater NO99 Hooandjasse mineku mõte tundus mulle kohe algusest mõnus väljakutse ja mis oluline – ka uus kogemus. Pikka aega turundusvaldkonnas töötanuna olen korraldanud palju klassikalisi turunduskampaaniaid, loonud äriettevõttesse suhteturunduse valdkonda, korraldanud palju sündmuseid ja selle kõige jooksul väärt kogemust omandanud. Kuid praegune idee koguda annetusi nii abstraktse ja samas ilusa kunstilise eesmärgi kaudu, nii suures summas, mis on varasema Eesti kogemuse baasil suur väljakutse, motiveeris mind õhinal võtma eestvedaja ja peakorraldaja rolli.

#### **Kogemused**

Hooandja projekt, mida juhtisin, oli professionaalses plaanis suurepäraseks kogemuseks. Eelkõige andis see julgust uskuda ja ellu viia ka natuke hullu ideed. Kui kunstiliselt tundub vajadus päris ja oluline, tuleb administratiivselt leida oma professionaalsusest ja erialasest kogemusest tulenevalt parim lahendus, et kunstiline idee ja eesmärk ei kannataks, aga et ka majanduslikult saaks teater edasi toimida ja erakorralised aktsioonid ei mõjutaks teatri niigi habrast eelarvet negatiivsemaks. See on üks peamistest rollidest minu ametikohal ka igapäevaselt – võimaldada suurel kunstil sündida nii, et teater püsima jääks ja et seepeale jätkuks ka meile lojaalset publikut. See on teatris töötamise suurim kogemus ka üleüldises vaates.

Väga kasulik kogemus oli ka oma kolleegidega koos töötamine lisarollides, väljaspool nende harjumuspäraseid valdkondi - nendest parima meeskonna kokkupanek ja proovides kõikide võimete ja motivatsiooni kombinatsiooni erakorralises olukorras töötamisega. Erinevalt äriettevõttest, kus massiüritusteks agentuuride ja allhankijate abi kasutamine on tavapärane, tuli antud projekt ja pidu algusest lõpuni ellu viia samade ressursidega, mida igapäevatoos oma valdkonnas parima äranägemise põhjal kasutame. Ka tagantjärele hindan meeskonda väga efektiivselt toimivaks ja mul on hea meel, et sellise personaliotsuse tegin. Lisaks sain aimu oma

meeskonnaliikmetest kolleegide seni kasutamata või varjus olnud omadustest, mis lubab veelgi ambitsioonikaimaid projekte nendega koos ette võtta.

Kogemuseks, mida võiks veel ära mainida, on ka pidev ootusärevus eesmärgi saavutamisest. Kui annetuste kogumise tempo hakkas langema 50% täitumise pealt ja kohe olid saabumas jõulud – kus kindlasti ei olnud ma teatri nimel valmis rahaga seotud sõnumeid andma, siis tekkis kõhe tunne, et kui tempo jätkub, tuleks alustada tasuliste turundusmeetmete rakendamist sõnumi kõlapinna suurendamiseks. Kuid vahetult peale jõulu saadetud ja uuendatud sõnumiga (10-eurone pilet kõige erakordsemale peole) listikiri ning Postimehe staatuskajastus viisid projekti eesmärgistatud rajale tagasi.

### **Kitsaskohad**

Nii võimsa energia ja ühispingutusega tehtavatel projektidel on alati ka omad pingelised hetked. Kõige esimene ja kõige pingelisem oli mulle eestvedajana Hooandja peo kontseptsiooni muutus ja lõpliku nägemuse kokku leppimine ühel ööl viis päeva enne pidu, teatri proovisaalis trupi ja loominguliste juhtidega nõu pidades. Ma hindan väga kõrgelt meie teatris põhimõtet, et midagi ei tehta mugavusest – isegi siis, kui ka aega pole enam varuks võtta. Kui kunstiliselt on mõni komponent ebarahuldav, ei minda ka aja- ja rahasurvel kompromissiteed. Tagantjärele võin kinnitada, et ka sel ööl tehtud otsus osutus peokülaliste tagasiside põhjal ja mu enda hinnangul kindlasti õigeks. Kuid olles sel ajahetkel peakorraldaja ja eeldades, et jäänud on neli tööpäeva, rahalisi vahendeid on minimaalselt ning et kontseptsioon tuleb ka tehniliselt täiuslikult teostada, oli see pinge ühelt poolt sütitav, teisalt aga nõudis seda suuremat vastutustunnet ratsionaalse närviga asjale lähenemiseks.

Hooandja projekti käima lükates olin arvestanud, et selline mõttekäik ja julgus riigiteatril sellist aktsiooni teha võib sidusgruppide – teised teatriinimesed - seas ärevaid noote tekitada. Samas lootsin, et ettevõtmise ideed mõistetakse õigesti ja ei nähta seda kui lavastuste välja toomist rahvalt raha lunimisena. Kahjuks juba esimesel päeval saime oma *Facebooki* lehele Roman Baskinilt väga terava kommentaari ja hiljem ka teistkordse korrale kutsuva sõnumi. Tema pahameel ja ärritus oli NO99 ja tema ühist ajalugu arvestades mõistetav, kuid sõnumi puhtust ja projekti positiivsust kõigutas see hetkeks küll (vähemalt minu peas). See oli hea katsumus reageerida vaid lakooniliselt ja sõbralikult ning mitte laskuda kommenteerija emotsiooni ja põhjalikult selgitama asuda.



## **Kordaminekud**

Kordaminekuteks pean kogu seda protsessi algusest lõpuni. Ideed, eemärki, selle saavutamist, teatri jaoks teistsugust ettevõtmist, minu kogemust, uusi teadmisi oma kolleegidest, teatrijuhtide rahulolu minuga projektijuhina ja eraldi ka Hooandja peokorraldajana; ning kindlasti minu rõõmu projekti juhtimisest.

Lühidalt kokkuvõttes olen väga rahul, et selle projekti teatriga ette võtsime ja et seda juhtida sain. Iga hetk selles kokku kestnud kolme kuulises kulgemises oli nauditav, pingelistest hetkedest sõltumata. See oli kasulik teatrile, on kasulik Hooandja platvormile ja Eesti ühiskonnale ja oli kasulik minule. See kõik on kogu ettevõtmise suurim võit ja rõõm selle korralduse juures. Hooandja asutajad ütlesid meile, et nad ootasid juba ammu, et just meie mõne hullu plaaniga nende juurde tuleksime – et saaks nende ideele elu sisse puhuda ja et see julgustaks ka suuremaid organisatsioone tulema ja unistama. Me läksime, olime julged ja saime hakkama. Ka Hooandja on nüüd uues pärituules.

## KOKKUVÕTE

Oma lõputöö jaoks sündmust plaanides mõtlesin pikalt erinevate võimaluste peale. Oluline kriteerium oli selles otsuses minu motivatsioon ja väljakutse, et mitte minna kergema ja kindlama õnnestumise teed. Kui projekti idee 2012. talve hakul teatris meie peades idanema hakkas, tundsin selle ebaõnnestumise võimalikkusest hoolimata, et see on õige projekt mu kultuurikorralduse lõputööks. Seda tingis kindlasti ka minu pikaaegne varasem korraldajakogemus äris ja vabatahtlikuna kultuuris, kuid tavapärasemates projektides. Tahe oli proovida midagi uut ja teistmoodi, milles iga samm pole äratuntav ja ette teada – ning seda mitte ainult minule, vaid kogu meeskonnale. Eelarve puudus või selle juhuslikkus oli väljakutsena vaid lisaboonuseks.

Teater NO99 projekt koguda uue lavastuse välja toomiseks Hooandja ühisrahastusplatvormi kaudu 10 000 eurot, õnnestus. Projekti eesmärgiks oli võimaldada lavastuse prooviprotsessi ja trupi emotsionaalseks rikastamiseks - sest muud moodi ei tundunud tol hetkel võimalik edasi liikuda – kogu trupil üksinduses kolmeks nädalaks maailma äärealadele sõita. Et tunnetada seal lavastuse algtoekaja Juhan Liivi luulet, iseennast, koguda video- ja helimaterjali, mediteerida ja hiljem kokku saades kõike seda lavastuse jaoks kokku sulatada. Eesmärk sai täidetud.

NO99t toetas Hooandjas 518 annetajat ja kokku summas 15 185. Enne 5. jaanuari (meie projekti lõpptähtaeg) toetati 2012. aastal Hooandjas edukalt 24 projekti, pärast meid toetati vaid kahe kuu jooksul edukalt juba 14 projekti. Enne meie projekti toetati erinevaid projekte 2012. aasta jooksul kokku summaga 46 371 eurot, pärast meid toetatud projektide kogusumma oli kahe kuu jooksul juba 32 266 eurot.

Minu roll projektis oli eestvedamine ja administratiivselt peakorraldamine; turunduse ja kommunikatsiooni juhtimine, Hooandjaga ja teiste partneritega (sealhulgas meedia) suhtlemine ning Hooandja peo korraldamine. Peakoordineerija rolli sain (ometi teatri kõige uuema töötajana) ühelt poolt küll oma ametikoha tõttu, suurem põhjus selleks oli aga usaldus ja

teatrijuhtide silmis minu sobivus taoliseks suure energiaga ja erakordseks projektiks. Mul on hea meel, et suutsin usaldust hoida ja sain korraldusega kenasti hakkama. See projekt oli ainukordne aktsioon, samasugust sündmust ei ole NO99s võimalik kunagi enam korraldada – on teatrijuhtide ühene ja väga selge arusaam.

Lõputööna korraldada sellise iseloomuga sündmust oli minu jaoks oluline ja põnev valik ka seetõttu, et kirkastada lõputöödeks korraldatavate sündmuste skaalat. See võiks olla huvitav lugemine ka järgmistele lõputööde kirjutajatele ja see võiks anda inspiratsiooni hoopis teistsuguste ürituste korraldamiseks ja tõugata julgust neid ette võtta. Minu soov on kindlasti alahindamata kuidagi sariürituste ja klassikaliste sündmuste korraldamise võlu ja väärtust. Kuid usun, et meie projekt on hea näide ja oluline materjal ka seetõttu, et sündmuse eelarve tekkis sündmuse õnnestumisest tulenevalt projekti käigus (ehk on otseselt ja kaudselt sõltuv korraldaja professionaalsusest, reageerimisvõimest ja tehtavatest otsustest) ning et see andis võimaluse lisakomponentideks nagu Hooandja pidu, samuti projekti käigus loodava finantsressursi põhjal.

## KASUTATUD KIRJANDUS

**Alas, R.** 2008. *Juhtimise alused*. Tallinn: Külim.

*Annetuste hulk Eestis on vähenenud.* 2011. Postimees E24.  
<http://www.e24.ee/430487/annetuste-hulk-on-eestis-vahenenud/> (27.04.2013).

**Freud, S.** 2000. *Ahistus kultuuris. Sealpool mõnuprintsipi*. Vagabund.

*Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus 2009.* 2009. Eesti Konjunktuuriinstituut  
[http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/LM2009-6\\_ETENDUSKUNSTID.pdf](http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/LM2009-6_ETENDUSKUNSTID.pdf) (20.04.2013).

*Eesti teatristatistika 2011.* 2012. Eesti Teatri Agentuur.

**Epner, L., Läänesaar, M., Saro, A.** 2006. *Eesti teatrilugu*. Tallinn: Kirjastus Ilo.

**Hart, T., Greenfield, J. M., Haji, S. D.** 2007. *People to people fundraising: social networking and Web 2.0 for charities*. Hoboken: Wiley.

Hooandja koduleht. 2013. <http://www.hooandja.ee/content/mis-hooandja> (20.04.2013).

*Interaktsioonid. Eesti teater ja ühiskond aastail 1985-2010.* 2010. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

*Kultuuriministeeriumi arengukava 2014-2017.* Kultuuriministeeriumi koduleht.  
[http://www.kul.ee/webeditor/files/arengukavad/KUM\\_arengukava\\_2014\\_2017.pdf](http://www.kul.ee/webeditor/files/arengukavad/KUM_arengukava_2014_2017.pdf)  
(10.04.2013).

**Kolb, B.** 2005. *Kultuuriturundus*. Tartu: AS Atlex.

**Kuusik, A., Virk, K., Aarna, K., Sepp, L., Seppo, M., Mehine, T. & Prinsthal, I.** 2010. *Teadlik turundus*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

**Laasik, A.** 2004. *Minister otsustas Ojasoo kasuks*. Eesti Päevaleht Online. <http://www.epl.ee/news/kultuur/minister-otsustas-ojasoo-kasuks.d?id=50985210> (28.04.2013).

**Lepik, A.** 2013. *Hooandja asutaja: ühisrahastus on tõusutrend*. Äripäev Online. <http://www.ap3.ee/article/2013/4/20/hooandja-asutaja-uhisrahastus-on-tousutrend> (25.04.2013).

Marsh koduleht. 2013. <http://www.marsh.ee/roll/index.php> (01.05.2013).

**Mikomägi, M.** 2012. *Mait Malmsten seob rätiku pähe ja rõõmustab, olles keegi teine*. - Nädaline Teatriküljed, nr 3/75.

**Milligan, A., Smith, S.** 2007. *Märka, tunneta, mõtle, tegutse. Instinkti tähtsusest äris*. Kirjastus Hermes.

**Perens, A.** 1999. *Projektijuhtimine*. Tallinn: Kirjastus Külim.

*Rahvusvahelise projektijuhtimise käsiraamat*. Siseministeeriumi koduleht. <https://www.siseministeerium.ee/300/> (01.05.2013).

**Rammo, A.** 2011. *Kuidas koguda annetusi ja hoida toetajaid. Käsiraamat vabaihendustele*. Tallinn.

**Ries, A., Trout, J.** 2003. *Positsioneerimine: võitlus mõistuse pärast*. Tallinn: Eesti Ekspressi Kirjastus.

*Riigieelarve 2013*. Rahandusministeeriumi koduleht. <http://www.fin.ee/riigieelarve-2013> (29.04.2013).

*Riigikontroll: riigi rahastamise kontroll on paranenud*. 2013. Delfi uudisteportaal. <http://www.delfi.ee/news/paevauudised/eesti/riigikontroll-kultuuri-rahastamise-korraldus-on-paranenud.d?id=65648218> (29.04.2013).

**Sargeant, A., Jay, E.** 2004. *Fundraising management: analysis, planning and practice*. London; New York: Routledge.

**Steiger, R.** 1997. *Inimesekeskne juhtimine*. Tallinn: Fontese kirjastus.

**Sumberg, K.** 2012. *Teater NO99 publiku-uuring 2012*. Viljandi: Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia. [Seminaritöö]. Viljandi.

**Sumberg, K.** 2008. *Teenuse turule toomine Eesti Energia internetiteenuse KÕU näitel*. Tallinn: Tallinna Tehnikaülikool. [Magistritöö]. Tallinn.

Tallinna linna koduleht. 2013. <http://www.tallinn.ee/> (10.04.2013).

*Teater NO99 strateegia aastateks 2014-2017*. 2013. Teater NO99.

*Teater NO99 etendustuluaruanne 2012*. 2013. Teater NO99.

*Teater NO99 koduleht*. <http://no99.ee/meist.php> (11.04.2013).

*Teater NO99 lavastuse "Iga eht südamelöök" töömaterjal*. 2013. Teater NO99.

*Teater NO99 majandusaruanne 2012*. 2013. Teater NO99.

**Tarand, K.** 2012. *Pealelend. Tiiu Sullakatko ja Henri Laupmaa*. Sirp.

[http://www.sirp.ee/index.php?option=com\\_content&view=article&id=15630:pealelend-tiiu-sullakatko-ja-henri-laupmaa&catid=9:sotsiaalia&Itemid=13&issue=3406](http://www.sirp.ee/index.php?option=com_content&view=article&id=15630:pealelend-tiiu-sullakatko-ja-henri-laupmaa&catid=9:sotsiaalia&Itemid=13&issue=3406) (25.04.2013).

**Thompson, M., Pringle, H.** 2003. *Hingega bränd. Kuidas sotsiaalseosega turundus kujundab brände*. Tallinn: Pegasus.

**Vihalem, A.** 2008. *Turunduse alused*. Tallinn: Külim.

**Õunapuu, L.** 2013. *Üliõpilaste kirjalikud tööd. Metoodiline juhend. Juhendmaterjal*. Viljandi: Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia.

## **LISAD**

### **LISA 1 Teater NO99 eesmärgid aastateks 2014-2017**

#### **Eesmärk 1: Teatri kunstiline areng**

Eesmärgi saavutamiseks tehtavad olulisemad tegevused:

- Kompromissitu keskendumine proovide ja etenduste kvaliteedile.
- Teatri kui kunstiliigi keele ja võimaluste uurimine.
- Erinevate kunstivormide kaasamine lavastustesse. Loomulik suhtlus eri alade tipptegijatega.
- Teater NO99 koondab enda ümber julgeid, andekaid ja leidlikke inimesi.
- Rahvusvaheliste koostööpartnerite otsimine.
- Professionaalsete võrgustike moodustamine.
- Ühiste rahastustaotluste esitamine erinevatele rahvusvahelistele toetusprogrammidele.
- Teatri tehnikapargi kaasajastamine ja olmetingimuste parandamine.

Eesmärgi saavutamiseks kavandatavad uued algatused:

- püsiva koostöövõrgustiku loomine Põhjamaade teatritega;
- loomingulise ja administratiivse personali pidev arendamine;
- etenduste arvu vähendamine ühe näitleja kohta;
- näitlejatele ja teistele töötajatele vähemalt 1 erialase õpikoja korraldamine aastas.

#### **Eesmärk 2: Teatri mõju kasv**

Eesmärgi saavutamiseks tehtavad olulisemad tegevused:

- Käsiteldavate teemade ja nende käsitlemiseks kasutatavate väljendusvahendite hoolikas valik.
- Erinevaid ühiskonnakihte siduvate originaalteoste loomine. Diskussioonide teke.
- Teater NO99 teeb sisulist koostööd kontaktide hulka laiendavate organisatsioonidega (televisioon, ajakirjandus). Jätkuvalt on lavastuste ühiskondlik mõju suurem kui saalisolnute arv. 1 saalisolnu = 10 kaasamõtlejat.
- Koostöö teatrikunstiväliste organisatsioonidega: Kaardistatakse iga konkreetse lavastuse sünnile võimalikku intellektuaalset sisendit tuua võivaid organisatsioone, eesmärgiks lavastuste ühiskondliku kõnekuse ja veenvuse suurenemine.
- Regulaarsed kohtumised publikuga teatrimajas ja väljaspool.
- Regulaarne etenduste andmine venekeelsete subtiitritega.
- Valitud vene kodanikkonna kultuurisündmuste platvormiks olemine.
- Vene kodanikkonda puudutava kommunikatsioonikompetentsi arendamine.

#### **Eesmärk 3: Rahvusvaheline koostöö**

Eesmärgi saavutamiseks tehtavad olulisemad tegevused:

- rahvusvaheliste koostööpartnerite otsimine;
- professionaalsete võrgustike moodustamine;

- ühiste rahastustaotluste esitamine erinevatesse rahvusvahelistesse rahastuskanalitesse;
- Eesmärgi saavutamiseks kavandavad uued algatused
- püsiva koostöövõrgustiku loomine Põhjamaade teatritega;
  - loomingulise ja administratiivse personali pidev täienduskoolitus

#### **Eesmärk 4: Omatulu suurendamine**

Eesmärgi saavutamiseks tehtavad olulisemad tegevused:

- suurema saali (oma teatrimaja välise) kasutamine vähemalt ühe lavastusega aastas;
- euroopa Liidu toetuse taotlemine üle-euroopalisele kaastootmisvõrgustikule;
- kaasproduktioonidele toetuste taotlemine rahvusvahelistest fondidest ja toetusprogrammidest;
- lavastuste väljatoomiskulude osaline katmine kaastootjateks olevate festivalide poolt;
- suurema kohtadearvuga tribüüni kasutusele võtmine hooaja 2013-2014 alguses;
- teatrikohviku toomine keldrikorruselt esimesele korrusele ja kohviku laiendamine restoraniks 2013. aasta suvel;
- teatrikohvikus regulaarsete muusika- jm ürituste korraldamine.

Eesmärgi saavutamiseks kavandavad uued algatused:

- uue maja ehitamise ettevalmistustööde jätkamine, ehituskulude katmiseks erinevate lahenduste väljatöötamine;
- seoses teatrikunstiväliste organisatsioonide koostööga avanevate toetusvõimaluste kaardistamine ja taotlemine;
- seoses filmi-, kirjanduse ja kunstiprojektide lisandumisega kaasnevate toetusvõimaluste kaardistamine ja taotlemine.



## LISA 2 Lavastuse fotosid

Fotode autor: Ene-Liis Semper







### LISA 3 Lavastuse plakat



#### **LISA 4 Kingituste valik annetajatele**

**10 eurot ja rohkem:** pidu märtsis Teater NO99s

**20 eurot ja rohkem:** pidu märtsis Teater NO99s + lavastuse plakat koos näitlejate autogrammidega

**50 eurot ja rohkem:** pidu märtsis Teater NO99s + postkaart ühelt näitlejalt reisi sihtpunktist

**150 eurot ja rohkem:** pidu märtsis Teater NO99s + postkaardid kõigilt seitsmelt näitlejalt reise sihtpunktidest

**250 eurot ja rohkem:** pidu märtsis Teater NO99s + postkaardid seitsmelt näitlejalt reise sihtpunktidest + ainult hooandjatele loodav isiklik DVD trupi eredaimate reisihetkedega

**500 eurot ja rohkem:** pidu märtsis Teater NO99s + seitse vaid hooandjatele tehtavat näitlejate fotodega T-särki + ainult hooandjatele loodav isiklik DVD trupi eredaimate reisihetkedega

**1000 eurot:** pidu märtsis Teater NO99s + õhtusöök kahele sulnis kohas ja ühise söögitegemisega koos trupi ja lavastajatega

## LISA 5 Projekti ajakava

Ajakava, 5. detsember 2013

Hooandja projekt

	detsember				jaanuar			veebr.	märts
	Ndl 1	Ndl 2	Ndl 3	Ndl 4	Ndl 1	Ndl 2	Ndl 3		
Otsus Hooandjaga liituda	5.								
Projekti ettevalmistus:									
meeskonna kokkupanek	5.								
auhinnapaketi kokkulepe									
riskiplaani kokkulepe									
Hooandja videoklipi tegemine									
Sihtkohtade otsimine									
Lennupiletite ja kohapealse korraldamise ettevalmistus									
Kokkuleppe Postimehega ja Kanal 2-ga uudiste avamiseks									
Projekti välja kuulutamine									
Pressiteade									
Listikiri mailinglistile									
Facebookis ja Twitteris postitused									
Soovitav meedikajastuste aeg									
Projekti lõpptähtaeg Hooandjas					5.				
Lennupiletite ostmine ja teele asumine									
Näitlejad reisil									
Hooandjate tänamine ja informeerimine sihtgruppide kaupa									
Hooandjate peo kontseptsioon									
Hooandjate peo ettevalmistus									
Hooandjate pidu									9.

verstapostid

majasisesed tegevused

suhtlus meedia ja sihtgrupiga



# Teater NO99 on Hooandjas - toeta kunstiteose sündi

[Hooandja lehele >](#)

[Teater NO99 kodulehele >](#)

## LISA 7 Kirjad ja peokutse *mailinglistile*

### Esimene pöördumine, 12.12.2012:

Hea sõber

Sa oled olnud meiega juba kaua. Mõned kuud. Mõned aastad. Mitu aastat. Oled meile kaasa elanud ja meile pöialt hoidnud. Aitäh. See on andnud väga palju jõudu. Siiralt. Ja just seetõttu kirjutame Sulle. Sest me vajame Sinu abi. Me oleme Hooandjas (<http://www.hooandja.ee/projekt/teater-no99-lavastus>) ja otsime inimesi, kes ei mõtle pragmaatiliselt, vaid kes on valmis riskima ja asuma ühe veel sündimata kunstiteose selja taha.

Sa oled esimene, kelle poole me pöördume. Sest kelle teisega rääkida, kui vajad abi? Ikka ja alati – sõpradega.

Siin meie idee tutvustus:

Teater NO99 on kaheksa aasta jooksul loonud mitmeid lavastusi, mille tekkimiseks ei olnud ühtegi sobivat tingimust – alates rahast ja lõpetades inimeste arvuga. Kuid ometi need lavastused sündisid. Ei saa oodata, kuni olud muutuvad sobivaks – kirgliku mõtte tekkimisel tuleb oludest mööda vaadata, tuleb tihendada ja üldistada ning luua kunstiteos, mis kõneleks täna sellest maailmast, kus me kõik elame.

„Mis sa võid luuleks luua, see katsu kohe tuua!

Kui mõtled liiga kaua, siis luule leiab haua.“ (Juhan Liiv)

Me tahame teha seda jälle. Olla siin ja praegu, tihendada maailm kujunditeks, oludest ja olimest sõltumata. Ja me vajame selleks sinu abi.

Ene-Liis Semper ja Tiit Ojasoo ja Teater NO99 trupp on juba kuu aega veetnud proovisaalis. Nad valmistavad ette lavastust, mille stardipakud on Juhan Liivi luules. Sest Liiv on erakordne ja poeetiline, tema kujundid puudutavad me paratamatu olemise üleüldist üksindust ja lükkavad meid ruumi, mille koordinaardid ulatuvad männiokkast kosmoseni. Tema jaoks ei olnud esmatähtis ellujäämine. Teda huvitas säramine. Erakordsus. Igatsused. Unistused.

Me tahame teada, mis määrab ära meie elude tänase kire. Millest inimesed mõtlevad? Mida nad tunnevad? Mis on see, mille järgi me tunneme ära inimese, isegi kui me ei kõnele tema keelt, ei tunne ära tema silmi ega julge puudutada tema nahka? Kas me üldse tunneme ta ära? Kas me üldse tunneme veel?

Proovid on jõudnud punkti, kus on selge, et proovisaalist ei piisa. Näitlejad peavad sellest ruumist lahkuma ja töötama kolm nädalat kusagil eemal. Kaugel. Üksinda. Peavad olema mujal, et tunda midagi, mida nad proovisaalis töötades kunagi tunda ei saa. Mujal elades ja töötades tuuakse lavastusse hääled, stseenid, tunded, karjed ja puudutused, mille algallikaks on kummalised kohtumised, võõrad kontekstid, reisilviibija eksistentsiaalne üksindus ja vaimustus.

Naastes töötatakse edasi proovisaalis ning siis, esietendusel ja kõigil järgnevail etendustel näidatakse teile, millises rütmis tänane maailm hingab. See on ilus. Vabastav. Kerge.

Me ei pöördu Hooandjasse juhuslikult. Meile meeldib väga mõte sellest, et üks kunstiteos sünnib kümnete, sadade, võib-olla isegi tuhandete inimeste kaasabil. Me tahame need inimesed kokku tuua. Inimesed, kes ei mõtle pragmaatiliselt, vaid kes on valmis riskima ja asuma ühe kunstiteose selja taha, mida alles luuakse. Märtsis korraldame me peo kõigile hooandjatele – ja ainult

hooandjatele. Me oleme seal ja loodame väga, et ka kõik hooandjad on seal. Sest mõte nende olemasolust annab jõudu juba praegu.

Miljardi aasta pärast kustub päike ja muutub kääbustäheks. Maailm lõpeb. Selle üle ei ole mõtet vaielda. Küsimus on: mida me senikaua teeme? Kas püüame vaid ellu jääda või teha midagi erakordset? Midagi, mida pole varem tehtud? Kõik koos?

Kõigile, kes annetavad

10 eurot: Pidu märtsis Teater NO99s

20 eurot: Pidu märtsis Teater NO99s + lavastuse plakat koos autogrammidega

50 eurot: Pidu märtsis Teater NO99s + postkaart ühelt näitlejalt

150 eurot: Pidu märtsis Teater NO99s + postkaardid kõigilt seitsmelt näitlejalt

250 eurot: Pidu märtsis Teater NO99s + postkaardid seitsmelt näitlejalt +

ainult hooandjatele loodav isiklik DVD trupi eredaimate reisihetkedega

500 eurot: Pidu märtsis Teater NO99s + seitse vaid hooandjatele tehtavat näitlejate fotodega T-särki + ainult hooandjatele loodav isiklik DVD trupi eredaimate reisihetkedega

1000 eurot: Pidu märtsis Teater NO99s + õhtusöök kahele sulnis kohas ja ühise söögitegemisega koos trupi ja lavastajatega

Aitäh Sulle, hea sõber.

### **Teine kiri, 27.12.2012:**

Hea sõber

10 euro eest saab Oktoberfestil liitri õlut. Ühe väikese Lego. Meetri kuuske. Kilo kukeseeni. Viie mänguga mittevõitva lotopileti. Sissepääsu Kalma sauna. 0.03 protsenti Tero Taskila kuupalgast. 0.8 protsenti Silver Meikari esimesest sissemaksest. Kolm kuud ajakirja Kroonika. Kuid milleks? Sest 10 euro eest saab ka pileti märtsis Teater NO99s toimuvale peole. Pidu on ainult kõigile hooandjatele.

Hea sõber. Meil on üle kolmveerandi vajaminevast summast juba koos. Kuid veidi on veel puudu. Jäänud on 8 päeva. Andke meile hoogu. Ja näeme peol!

<http://www.hooandja.ee/projekt/teater-no99-lavastus#tab-3-tab>

Kaunist aastalõpu meeleolu!

Sinu Teater NO99

Uus klipp lavastuse proovidest: <https://vimeo.com/55924443>

### **Kolmas kiri, 03.01.2013:**

Head sõbrad

Head uut aastat kõigile! Ja ärge nähke vaeva meile sellesama soovimisega - te olete seda juba teinud. Sellega, et te olete meie listis. Et te käite meid vaatamas. Et te olete Hooandja kaudu toetanud meie uuslavastust summaga, mis võimaldab teha lavastust nii, nagu me unistasime, ja olete teinud seda niivõrd rohkearvuliselt, et märtsis toimuval peol on inimesi palju ja häid. Täna



ja homme on võimalik veel Hooandjas oma toetus anda ja peopilet saada - kuid me siiralt täname juba praegu. <http://www.hooandja.ee/projekt/teater-no99-lavastus#tab-3-tab>

Sinu  
Teater NO99

### **Peokutse, 11.02.2013:**

Hea hooandja

Me oleme sind juba mitu korda tänanud. Tänu sinule olidki meie näitlejad kolm nädalat... ära. Nüüd on tagasi. Kõik on okei. Nad on terved, mõtlikud ja proovisaalis. Ja valmis korraldama pidu.

Oled 9. märtsil oodatud Teater NO99sse. Toimub kõigi hooandjate ühine pidu. Meie näeme teid ja teie näete meid. Täname, räägime, suhtleme. Kuid ärge kartke. See ei tule mingi sentimentaalne reisifotode vaatamine. See tuleb pidu. Kohale tuleb sadu inimesi. Kõik on väga lähedad. Ja pidu ise tuleb ka - väga lahe.

Hea sõber. Ootame väga sind 9. märtsi õhtul kell 21 meie juurde. Kui juba, siis juba.

Kohtumiseni!  
Sinu Teater NO99

PS! Palun teavita meid kindlasti oma tulekust [katlin@no99.ee](mailto:katlin@no99.ee) hiljemalt 28. veebruariks. Aitäh.

## **LISA 8 Pressiteade**

Pressiteade

12.12.2012, kell 10:00

Teater NO99 lavastus on Hooandja suurim projekt

Kultuuriürituste rahastusplatvormis Hooandja avanes täna platvormi ajaloo suurim projekt Teater NO99 uue lavastuse toetamiseks suuruses 10 000 eurot. Annetajate abi palutakse Ene-Liis Semperi ja Tiit Ojasoo uue lavastuse prooviperioodi toetuseks. Nimelt läheb NO99 trupp jaanuaris kolmeks nädalaks Eestist minema. Mujal elades ja töötades tuuakse lavastusse hääled, stseenid, tunded, karjed ja puudutused, mille algallikaks on kummalised kohtumised, võõrad kontekstid, reisilviibija eksistentsiaalne üksindus ja vaimustus. Lavastus põhineb Juhan Liivi luulel.

Kõigile annetajatele lubab teater korraldada märtsis eraldi peo. Teatri sõnul on nende jaoks oluline kõik aitajad kokku tuua, ses need on inimesed, kes on olnud valmis riskima ja asuma ühe veel sündimata kunstiteose selja taha.

Uue lavastuse esietendus on 19. veebruaril Teater NO99s.

Juba esimese kolme tunni jooksul on annetajaid olnud üle 50 ning kogutud on juba üle 1000 euro. Annetada saab 5. jaanuarini.

Täpsem informatsioon:

Kätlin Sumberg

turundus- ja kommunikatsioonijuht

Teater NO99

6688781/5165329

7 NO86,5 NO86 NO85,5 NO85 NO84 NO83,5 NO83 NO82,5 NO82 NO81,5 NO81 NO80,5 NO80 NO79 NO78,5 NO78 NO77,5 NO7

OTSI

eng / esileht / login

## Lavastused | Kava | Inimesed | Piletid | Tekstid ja heid | Trükised | Meist

### Aktsioon: Koos

Tänapäeval on üha raskem leida seda, mis inimesi tõeliselt ühendaks. Kuningine Houellebecq'i "Elementaarsakesed" oli selle pikaajalise tendentsi avamäng. Kui miski on Teater NO99 pealisülesanne, siis on selleks leida viise, kuidas inimesi kokku tuua, ühendada neid ühe idee taha. Luua lavastusi, mille vaatajad oleksid neid loova teatriga ühises tajuvallas.

Aktsioon "Koos" on üks selline katse. Selle katse eellugu on ühtlasi ka lavastuse "Iga eht südarmelböök" saamislogu. Kõik peol osalejad on ühistrasustusplatvormi "Hooandja" kaudu panustanud lavastuse valmimisse, just nende inimeste rahalise toetusel suundusid näitlejad laia maailma, et leida Juhan Liivi luule mõtteline kõlakast.

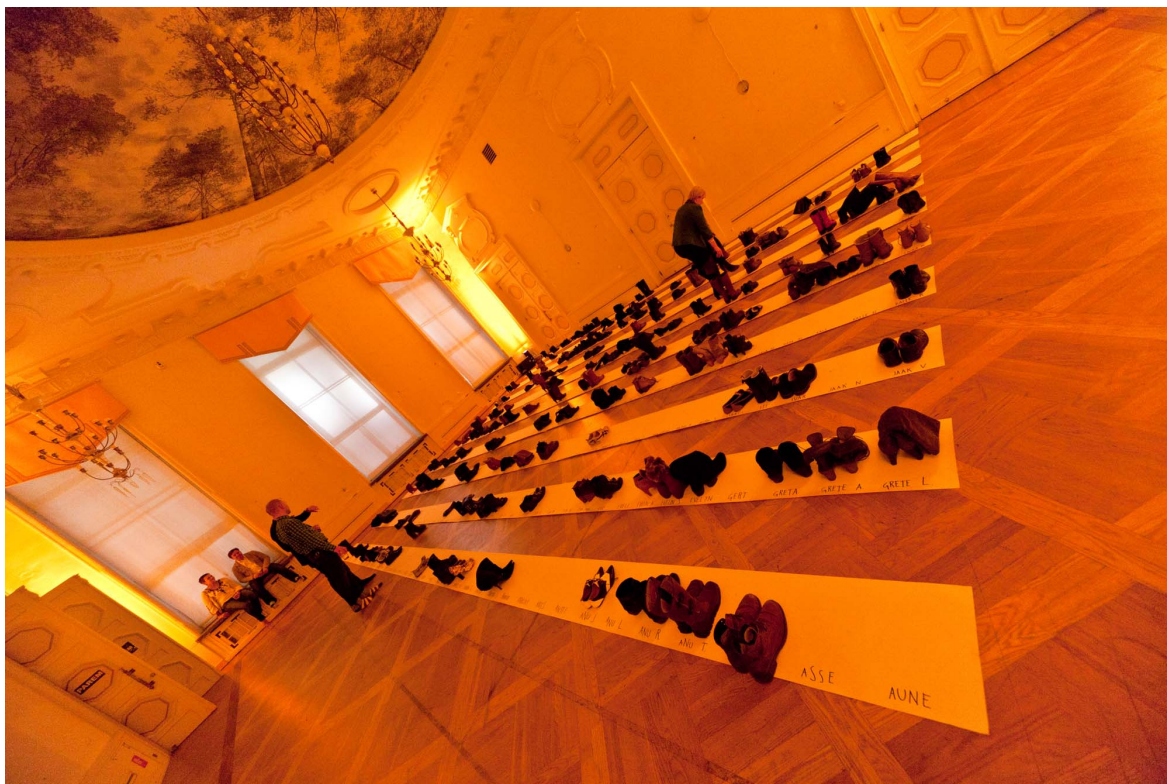
Külastused võtavad jalast jalanõud ja tulevad tühjade teatrilavale, mis on teatris kõige isiklikum paik, umbes nagu kodudes magamistuba. Laval kohtuvad nad teiste hooandjatega ja inimestega teatrit, kelle lavastust kõik külastud on toetanud. Kõik on sokkis, kõik on võrdsed. See on isiklik, emotsionaalselt intimegi kohtumine. Sama isiklik nagu on Juhan Liivi luule. Just isiklikkus on see, mis maailma totaliseerumise kontekstis võib tänapäeval mõjuda tõelise enesuleituseks.

Aktsioon "Koos" toimus Teater NO99s 9. märtsil 2013.

Pressifotod Tanel Ojasoo

## LISA 10 Hooandja peo fotosid

Fotode autor: Tanel Ojasoo

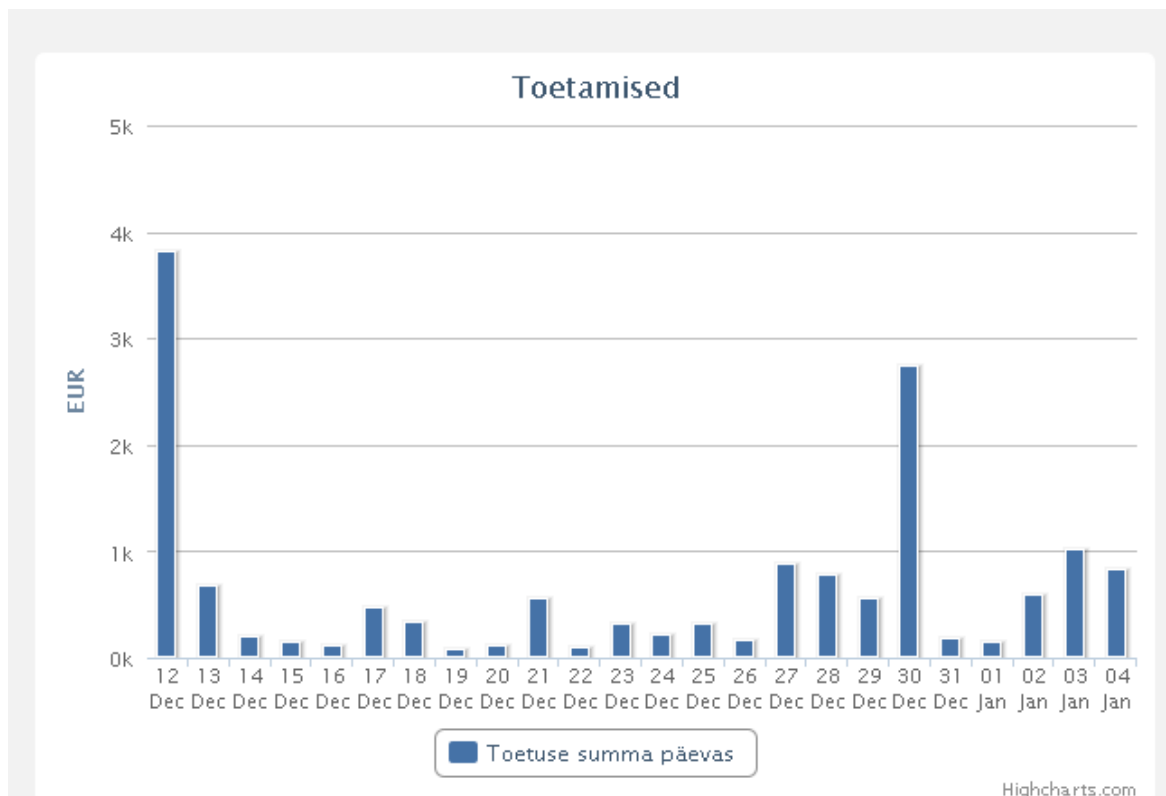






## LISA 11 Toetuste summad Hooandjas päevade kaupa

Allikas: Hooandja koduleht



## **SUMMARY**

### **A Project by Theatre NO99 at Hooandja to launch a new stage production**

#### **K. Sumberg**

Several alternatives were thoroughly considered when planning the event for my thesis.

The important criteria in this decision was my motivation and challenge not to go for easier and safer success. In the beginning of winter 2012, when the idea for this project started to grow in our theatre, then in spite of the big probability of failure, I felt that this is the right project for my final thesis in culture management. The decision was also derived from my previous long term experience as an organizer of events in business and as a volunteer in culture field, although in more simple arrangements. My wish was to try out something new and different; something where every step is not so predictable, and not only to me, but to the whole team of ours. The absence of budget or its randomness was as an additional bonus as a challenge.

The project - Theatre NO99 collecting 10 000 euros through Hooandja joint funding platform for new staging - was a success. The objective of the project was to enable the whole troupe to spend three weeks in solitude in some peripheral area of the world with the purpose of enriching the rehearsal process and the troupe emotionally. At that point of time it seemed to be the only way to move on. To sense the poetry of the founder of the stage production, Juhan Liiv, for self reliance; to gather video and sound materials, to meditate and to assemble all this together for the stage production when meeting up afterwards. The mission was accomplished.

NO99 was sponsored through Hooandja by 518 donators, in total amount of 15 185 euros

Prior to 5th of January (the due date for our project) 24 projects in total amount of 46 371 euros had been sponsored through Hooandja in 2012. After us already 14 projects were successfully sponsored during next two months, in total amount of 32 266 euros.

My role in the project was leading and administrative arrangement; marketing and communication management; communication with Hooandja and other partners (including media) and organizing the party for our kickstarters. I was given the role of a leading organizer (although as the newest employee in the theatre) mainly due to my position, but the main reason was the management's trust and belief in my suitability for such energy consuming and extraordinary project. I am very glad I met the expectations and managed the project well. This project was an one-time action and a similar event cannot be organized again at NO99; this is the clear common understanding of the whole theatre management.

It was very important and exciting choice for me to organize an event like this for my final thesis also for the purpose of transfiguring the scale of events organized for final thesis. It could be interesting reading for the following thesis writers and could inspire and encourage to organize other different types of events. I wish that by not somehow underestimating the fascination and value of organizing classical events. But I still believe that our project is a good example and essential material also due to the fact that the budget of the event was derived only from the success of the project (hence it is both directly and indirectly dependent on the professionalism and decisions made by the leading organizer) and it gave the opportunity for additional components - like the Hooandja party, based on the funds gathered during the project.



## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina **Kätlin Sumberg**

(sünnikuupäev: **02.04.1978**)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

### **TEATER NO99 PROJEKT HOOANDJAS LAVASTUSE VÄLJA TOOMISEKS**

mille juhendaja on **Jana Karilaid**,

- 1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu alates **01.01.2018** kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Viljandis, **15.05.2013**